روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

سه‌شنبه
۱۵ اسفند ۱۴۰۲

Tue.5 Mar 2024
۲۴ شعبان ۱۴۴۵ - سـال نهم
شماره ۲۴۳۱
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

روند صعودی بازار سهام به چهارمین روز نرسید

تعدیل زودهنگام در بورس تهران

فرصت امروز: شـاخص کل بورس تهران در دو روز ابتدایی این هفته، رشد قابل توجهی را تجربه کرد، اما این روند صعودی بورس دوامی نداشت و دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در سومین روز هفته با افت ۶ هزار واحدی تا سطح ۲ میلیون و ۱۴۰ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. روند خروج حقیقی‌ها نیز بار دیگر از سر گرفته شد و در جریان دادوستدهای روز گذشته، ۲۶۶ میلیارد تومان پول...

۴

شکل و شمایل کارخانه‌های آینده چگونه خواهد بود؟

۶ مانع هوش مصنوعی در تولید صنعتی

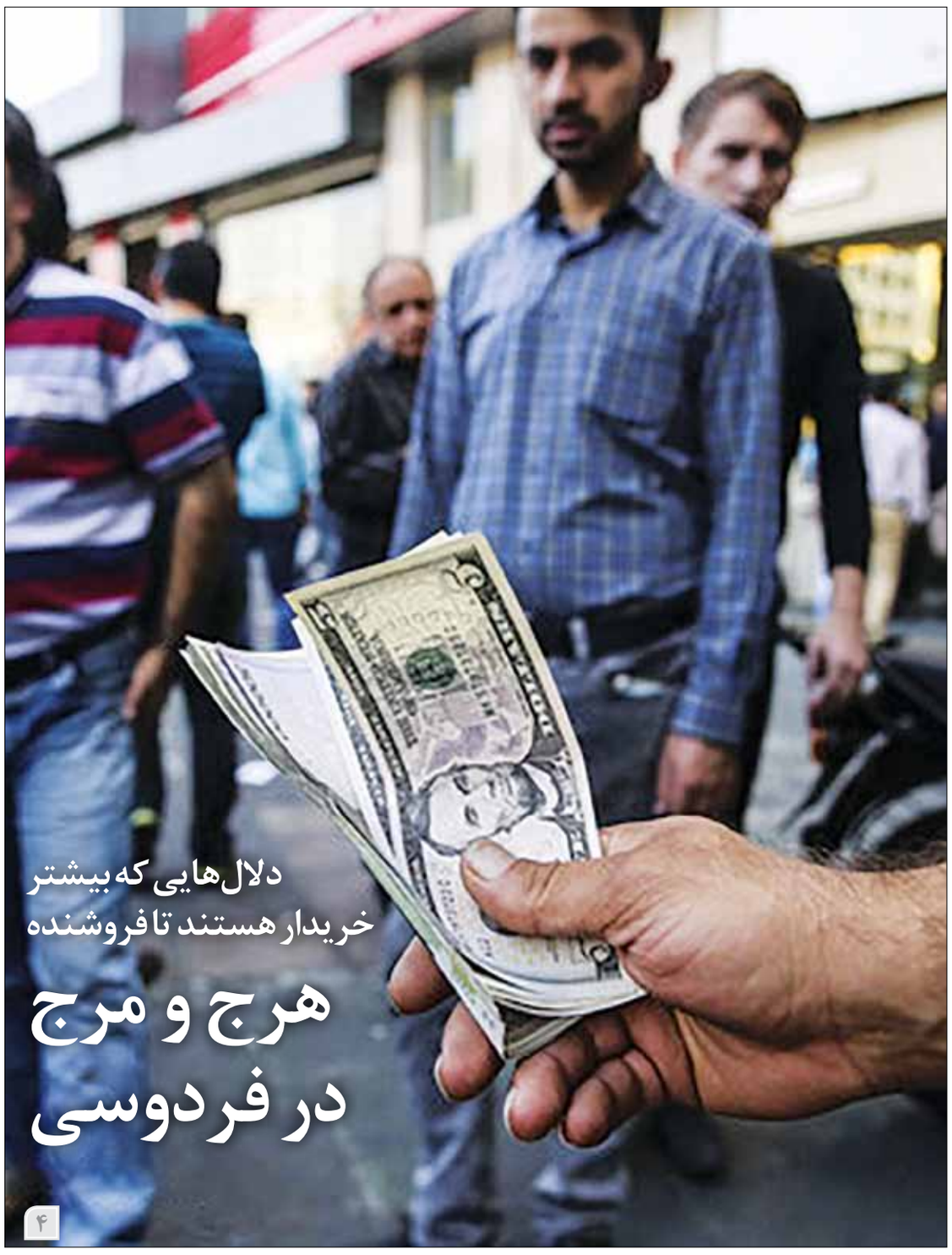
فرصت امروز: تحولات اخیر جهانی و فهرسـت روزافزون شـوک‌ها و اختلالات، فشار بیشتری بر زنجیره‌های ارزش جهانی متزلزل وارد کرده است. پیچیدگی چالش‌های کنونی که بر تولید و زنجیره‌های ارزش تاثیر می‌گذارند، نیاز به فراتر رفتن از ابزارهای سنتی، نیروی کار و محیط‌زیست را می‌طلبد. کارخانه‌های آینده چگونه خواهند بود؟ این سوالی است که پاسخ ساده‌ای ندارد؛ زیرا انقلاب صنعتی چهارم به سرعت ادامه می‌یابد و فناوری‌های جدید، چشم‌انداز تولید را متحول می‌کند. بررسی هزار کارخانه پیشرو توسط شرکت مکنزی نشان می‌دهد که سه ابرروند «قابلیت اتصال»، «هوشـمندی» و «اتوماسیون انعطاف‌پذیر»، شـکل‌دهنده کارخانه‌های آینده خواهند بود. بنابراین یکی از مهمترین ویژگی‌هـای کارخانه‌های آینده، به نحوه تعامل آنها با هوش مصنوعی برمی‌گردد، اما به‌کارگیری هوش مصنوعی در صنعت در دو سـطح مختلف چالش‌برانگیز اسـت؛ اول اینکه نیروی انسانی باید مهارت لازم را برای تعامل و استفاده از هـوش مصنوعی دارا باشـد؛ دوم اینکه قابلیت‌های کارخانه باید به اندازه‌ای بـالا برود که بتواند از هوش مصنوعی خلـق ارزش کنـد. در همین زمینه، مرکز انقلاب صنعتی چهارم ترکیه به همراه مجمع جهانی اقتصاد در مطالعه‌ای، ویژگی‌های کلیدی کارخانه‌های آینده، مهارت‌های نرم مورد نیاز برای بهره‌برداری از هوش مصنوعی در صنعت و مهمتر از همه، نحوه خلق ارزش از هوش مصنوعی در صنعت را مورد بررسی قرار داده است. این گزارش که از سوی معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران منتشر شده است، نشان‌دهنده پیشرفت ترکیه در حوزه انقلاب صنعتی...

۳

تاثیر اختلال اینترنت بر کسب‌وکارهای ایرانی در یک گزارش پژوهشی بررسی شد

رتبه ۹۵ ایران در کیفیت زندگی دیجیتال

۲



دلال‌هایی که بیشتر خریدار هستند تا فروشنده

هرج و مرج در فردوسی

۴

یادداشت

طبقه متوسط در میانه اقتصاد و سیاست

علی‌اصغر سعیدی
جامعه‌شناس

طبقه متوسط با معیار اجتماعی مـورد بررسـی و تمایـز قـرار می‌گیرد، دیگر نمی‌توان به لحاظ معرفت شناختی، نامی از اقتصاد بـرد اما اقتصاد، اعـم از دارایی و مالکیـت، یکی از معیارهای مهم در تعییـن طبقه اسـت. تفاوت علم اقتصاد و علم جامعه‌شناسی، این اسـت کـه اقتصاد، انسـان را براسـاس کنش‌هـای منفعت‌طلبی‌اش تعریف می‌کند و نقش عوامل اجتماعی را چندان مهم نمی‌داند. دهک‌های درآمدی که اقتصاددانان برای نشان دادن نابرابری به کار می‌برند براسـاس معیارهـای درآمـدی اسـت، نه ویژگی‌هـای اجتماعـی. کار در اینجا کمی ساده است اما وقتی از طبقه صحبت می‌کنیم، دیگر کار مشکل‌تر می‌شود، چون براساس اندیشه‌های مختلف، تعریف‌های مختلفی از طبقه می‌شـود. البته بین طبقه و قشر هم تفاوت وجود دارد. جامعه‌شناسـان براسـاس توصیف نابرابری‌هـای اجتماعی بین گروه‌هـا و افـراد معمولا از مفهـوم قشـربندی اجتماعـی استفاده می‌کنند. مفهوم قشر را از زمین‌شناسان اخذ کرده‌اند که لایه‌های مختلف را نشان می‌دهد، اما قشربندی اجتماعی لایه‌های مختلـف را براسـاس ویژگـی دارایی‌ها، مالکیت، جنسیت، سن و اعتقاد دینی نشـان می‌دهد و هر قشری براسـاس یکی از این قشرها شکل می‌گیرد.

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

تازه‌ترین چالش‌های حوزه خدمات مشتری

کسـب و کارهای بزرگی مثل آدیداس یا کوکاکولا فقط به لطف کیفیت نیروی کارشـان در بازار موقعیت ممتازی ندارند. روی دیگر سکه شانس چنین برندهایی مربوط به مشتریانی است که همیشه پای کار بوده و از آنها خرید می‌کنند. البته مشتریان عاشق چشم و ابروی برندها نیستند. در عوض این محصولات باکیفیت و خدمات مناسب است که یک مشتری را سال‌های سال کنار برخی برندها نگه می‌دارد. احتمالا شما هم کسب و کارهایی را دیده‌اید که یک روزه وارد بازار شده و بعد از چند ماه دیگر اثری از آنها باقی نمی‌ماند. انگار که از اول هم چنین برندی در دنیا وجود نداشته است. راستش را بخواهید، این اتفاق ناشی از ناتوانی کسب و کارها در حفظ کیفیت خدمات مشتری و همچنین مواجهه با چالش‌های این حوزه است. وقتی هیأت مدیره یک تیم بسکتبال در ابتدای فصل برنامه تمرینی یا حتی خریدهای باشگاه را کنار هم قرار می‌دهند، هیچ وقت پیش...

۸

طبقه متوسط در میانه اقتصاد و سیاست

براساس موقعیتی که افراد در هر قشر دارند، دسترسی متفاوتـی به مواهـب و امتیازات پیـدا می‌کنند. طبقات متوسط بین طبقات کارگر و طبقات مسلط اجتماعی اعم از سرمایه‌داران، زمین‌داران، الیت سیاسی قرار دارند.

در دوره مـدرن ایـران عمدتا طبقه متوسـط جدید با رشـد نظام اداری، تکنیسـین‌ها و مدیران، چه در بخش خصوصـی و چه بخـش دولتی به وجود آمدنـد و بعد از انقلاب هم رشـد کردنـد. پس گروه‌های غیرسـرمایه‌دار هسـتند که صاحبان حرفه‌های آزاد، پیشـه‌وران شهری که تعدادشـان روزافزون شد، کارمندان دولتی که با رشد دولت زیادتر شـدند، پرسنل نظامی که با انقلاب و جنگ تحمیلی بر اهمیت و شأنشـان افزوده شد و تعدادشان به لحاظ نیاز کشـور و حفظ تمامیت ارضـی افزایش یافته، کارمندان اداری، تکنیسین‌های بخش خصوصی و دولتی، تحصیلکردگان دانشـگاهی، اعم از بیـکار و دارای کار از جمله گروه‌های اصلی طبقه متوسـط جدید هستند. هر چقدر فارغ‌التحصیلان و اساسـا آموزش دانشـگاهی رشد کـرده، تعداد افراد طبقه متوسـط افزایش یافته، ارتش و نیروهـای نظامی هم همینطور، طبقه متوسـط جدید را گسترده‌تر کرده‌اند. اما ما طبقه متوسط سنتی هم داریم. مغازه‌داران شهری و روسـتایی، بازاریان خرد و روحانیان اهم از طلاب در طبقه متوسـط سنتی جای می‌گرفتند. در قبل از انقلاب، تفاوت طبقه متوسـط سنتی و جدید، بیشتر در تلقی‌شان از فرهنگ بود. طبقه متوسط جدید از فرهنگ سنتی به تدریج فاصله گرفته‌اند اما طبقه متوسط سنتی به فرهنگ و ارزش‌های سنتی و شیوه رفتار اسلامی بیشتر وابسـته بود. البته انقلاب گرایشات فرهنگی طبقه متوسـط جدید را تـا حد زیادی تغییر داد وقتی اسـلام به عنوان یک ایدئولوژی سیاسـی مطرح شد و گروه‌های بیشـتری از طبقه متوسط مانند مهندسان، دانشگاهی‌ها کـه عمدتا گرایشـات غربـی را دنبال می‌کردنـد به آن گرایش مجدد پیدا کردند. البته آنها نخسـت گرایشـات اسـلام انقلابی را برگزیدند. بعد از انقلاب، رشـد طبقات متوسط بسیار بیشتر شـد، مثلا رشد سریع شهرنشینی، رشـد مغازه‌های خرده‌فروشـی و مراکز خرید، مشـاغل جدید، شرکت‌های الکترونیکی، رشد دلالی و واسطه‌گری در زمین و املاک، چه در شـهر و چه در حاشیه شهرها، همه و همه باعث گسترش طبقه متوسط شد اما در درون طبقه متوسط، اقشار متفاوتی هستند که برحسب دارایی، مالکیت، درآمد، سـن، جنس، قومیت، تحصیلات، محل سکونت و حتی رتبه نظامی متفاوت هستند اما به هرحال، اینها با طبقه کارگر که کارگران ایرانی در صنایع کوچک دستی و کوچک و یا کارگاه‌های صنعتی بزرگ و کوچک کار می‌کنند، متفاوت هستند.

طبقات متوسـط شـهری، فرهنگ مدرن‌تـری دارند، تا حدی فرهنگ از عناصر سـنتی متمایز شـده اسـت، روزنامه‌خـوان هسـتند، به کنسـرت و سـینما می‌روند، مسـافرت‌های خارج از کشـور دارند و در داخل بیشـتر به گردشـگری می‌روند. در مقابل طبقات سـنتی طبقه متوسـط بیشـتر به زیارت می‌روند و به فرهنگ سـنتی بیشتر وابسته‌اند. اینها در سیاست بیشتر طرفدار گروه‌های محافظه‌کار هسـتند. همانطور که گفتم، گروه‌های خرده بورژوازی در طبقه متوسط جای می‌گیرند. دسته‌ای از آنها هم که کاسبکاران شهری هستند در طبقه جدید و برخی هم در طبقه متوسط سنتی.

هر چقدر طبقه متوسـط گسترده‌تر می‌شود شناختش مشـکل‌تر است و تنها راه آن شناخت سبک‌های مختلف زندگی اسـت. یا تعلق مختلف فرهنگی و محیط زیستی مسـلما تعلقات مختلف سیاسی هم در پی دارد. مطالبات سیاسی این طبقه مختلف است اما یک ویژگی کلی دارد و اینکه از پهنه سیاسی و نخبگان سیاسی طالب آزادی‌های اجتماعی هستند تا بتوانند با عمل به سبک زندگی‌شان، خودشـان را بیان کننـد. آزادی در اینجا اصلا به معنای بی‌بندوباری نیست بلکه به معنای هویت‌خواهی اجتماعی است. برخی گروه‌های طبقه متوسط، آزادی‌های سیاسی را خواسـتارند اما برخی مانند زنـان، آزادی‌های مدنی و اجتماعـی ماننـد حقوق برابر با مـردان و حق کار کردن و داشتن شغل شایسـته را طالبند. به نظر من، توان این طبقـه - بخوانید عاملیت سیاسـی و اجتماعـی آن- به سـبب سبک‌های مختلف زندگی و عوامل مختلف هویت بخش بسیار زیاد است و اصلا نمی‌توان نادیده‌اش گرفت. بحران دولت‌های مدرن ناشی از همین نادیده گرفتن این گروه‌هاسـت. متاسـفانه تعریفی که افراد و مقامات از طبقه متوسـط می‌دهند متفاوت اسـت، اما بیشـتر مقامات و اقتصاددانان منظورشـان از تغییر وضع طبقه متوسـط، وضع اقتصادی‌شـان اسـت و آنها را براسـاس دهک‌های اقتصـادی از هـم متمایز می‌کننـد؛ در حالی که ممکن اسـت وضع اقتصادی طبقه متوسط نزول پیدا کند - در چند سـال گذشـته چنین بود - اما از هویت طبقاتی‌اش چیزی کاسـته نشـده باشد. سـرمایه اقتصادی تنها یک بعـد هویت بخـش طبقه و گروه اجتماعی اسـت. بعد از انقلاب، موقعیت اقتصادی اقشار و گروه‌های طبقه متوسط به شـدت در نوسان بوده اسـت. در دوره جنگ تحمیلی به سـبب مشکلات اقتصادی نسـبت به دوره قبل از آن، افت شـدیدی کرد اما در دوره سـازندگی تا حدی وضع اقتصادی‌اش ترمیم شـد، اما تحـول به معنای طبقاتی را در دوره اصلاحات پیدا کرد و زمینه اجتماعی و سیاسـی رشد این گروه به لحاظ فرهنگی تا اندازه‌ای تثبیت شد و در دهه اخیر، سیر نزولی طی کرده است. اگرچه موقعیت اقتصادی‌اش دسـت به دست شده اما منابع دیگری برای حفظ موقعیت گروهی کسب کرده است.

بعد از انقلاب، اقشـار متوسـط سـنتی قدیمی شامل روحانیان، بازاریان، تجار و پیشـه‌وران و کسبه بوده‌اند که جایگاه متفاوت اقتصادی داشـتند. برخی از این اقشـار، جایـگاه و پایگاه سیاسـی مختلف را به دسـت آوردند و موقعیت اقتصادی‌شـان بدون در نظـر گرفتن تحولات و نوسانات اقتصادی بهبود چشمگیری کرده و کنترل منابع مختلفی را به دست گرفتند. البته اینها منابعی بود که در اثر انقلاب و حذف اقشـار مسـلط دوران پهلوی رها شده بودند، اما برخی از آنان چون موقعیت‌شان در طبقه مسلط علی‌رغم پایگاه اقتصادی و سابقه سیاسی‌شان پایدار نبوده، در رویارویی با گروه‌های دیگر در جریان تحولات سیاسی به لایه‌های پایین‌تر طبقه مسلط سقوط کرده‌اند. برخی از این اقشار اگرچه پایگاه سیاسی‌شان را از دست داده‌اند، اما به سبب پایگاه اقتصادی مستحکمی که دارند همچنان در میان اقشار طبقه مسلط طبقه‌بندی می‌شوند.

یکی از ویژگی‌های اقشـار مختلف در طبقه مسلط بعد از انقلاب، این است که چون فعالیت‌های مستقل در بین نخبگان سیاسی نسبت به وضعیت قبل از انقلاب میسرتر شده اسـت، فرصت‌های بیشتری برای پیشرفت و گرفتن پایگاه و قدرت سیاسـی فراهم شـده و هم دستاوردهای مادی به همراه داشـته اسـت. همچنین امـکان فعالیت مسـتقل، جابه‌جایی‌های متعـددی در لایه‌های مختلف طبقه مسـلط ایجاد کرده اسـت. با فعالیت‌های رسـمی و غیررسـمی متعددی که نخبگان سیاسـی با موقعیت اقتصادی مختلف انجام داده‌اند و کماکان انجام می‌دهند، توانسته‌اند جایگاه بهتری را در لایه‌های طبقه مسلط حفظ و یا به دست آورند. برخی از گروه‌های متوسط مذهبی یا نیروهای نظامی در سـال‌های اخیـر، موقعیت بهتری در طبقه مسـلط به دسـت آوردند. برخی اقشـار میانی نیز توانسـته‌اند در سال‌های اخیر با فعالیت‌های غیررسمی و استفاده از سرمایه اجتماعی خود و شبکه روابط اجتماعی و اعتمـاد بین گروهی، اطلاعات زیادی را بین خود توزیع کرده و سـرمایه اقتصادی زیـادی را بین خود به گردش در آورند. در مقابـل، در دوره‌های مختلف بعد از انقلاب، گروه‌های بسـیار کوچکی نیز از طبقه مسلط بیرون رانده شدند و موقعیت اقتصادی‌شـان متزلزل شد. تقویت این اقشار در لایه‌های طبقه مسلط، با بهبود وضع اقتصادی به سـادگی امکان‌پذیر نخواهد بود. به روشنی می‌توان گفت که اینها از تحولاتی که در گرفتن جایگاه بهتری در طبقه مسـلط در جریان اسـت تقویت یا تضعیف می‌شوند تا از تغییرات اقتصادی؛ چراکه هنوز دارای سـرمایه اجتماعی مکفی هسـتند که بتوانند منابع از دسـت رفته اقتصادی خود را ترمیم کنند، اگرچه در مورد پس گرفتن موقعیت سیاسی، تردیدهایی وجود دارد.

البته که طبقه متوسـط در این هشـت سال به لحاظ اقتصـادی تضعیف شـد، اما طبقه متوسـط در اثر رکود اقتصادی در سـتم و رنج قـرار گرفته امـا از بین نرفته، چـون منابع دیگـر هویت‌بخـش دارد. طبقه متوسـط جدید و سـنتی در ایران در چهار دهه اخیر، دسـتخوش دگرگونی عمده اقتصادی شده است و توصیف ویژگی‌های آن مسـتلزم تحقیقات جامعه‌شناختی و اطلاعات پایه‌ای وسیعی است. آنچه معمولا افراد و گروه‌های مختلف طبقه در مورد طبقه متوسط می‌گویند، حاصل تحقیقات موردی و استنباطی است که محققان از مشاهدات خود از جامعه در حال گذار ایران ابراز می‌کنند، اما تردیدی نیسـت که گروه‌های مختلفی از این تغییرات منتفع شـدند، به ویژه گروه‌های متوسـط سنتی و گروه‌هایی زیان کرده‌اند اما از بین نرفته‌اند، بلکه منابع بین آنها جابه‌جا شده است.

با شـناختی از دولتمردان فعلـی و ایده‌هایی که مطرح می‌کنند، به نظر می‌رسـد سیاسـت این دولـت با قبول تفاوت‌هایی که بین گروه‌های مختلف وجود دارد به توزیع فرصت‌های برابر بین گروه‌ها می‌اندیشد تا توزیع مستقیم ثـروت ملی. اگـر بپذیریم که تفاوت بین اقشـار مختلف می‌تواند برحسـب نابرابری در دارایی یا مالکیت یا منابع مختلف دیگر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشد، یا اینکه تمایز بین اقشـار دسترسـی آن به انواع سرمایه از جمله سـرمایه فرهنگی با ابعاد مختلف باشد، یا سرمایه دیگری که می‌توانـد در دنیای معاصر نابرابـری اجتماعی ایجاد نماید؛ به نظر من، سیاست دولت برای برابر کردن فرصت باید این باشـد که این فرصت‌ها را در اختیار تمامی افراد قرار دهد. یعنی به طور خلاصه، توزیع امکانات آموزشـی و توزیـع اطلاعات تا افراد با پتانسـیل‌های مختلف از این سـرمایه‌ها استفاده کنند و صاحب دارایی شوند. سیاست دیگر شایسته‌سـالاری اسـت، علی‌رغم اینکه این دولتان را قبـول دارد اما موانع اجرایی وجود دارد. این مشـکلی است که افراد را در هر سطحی به دولت وابسته کرده و با نوسانات درآمد دولت، آنها آسیب می‌بینند که نتیجه‌اش، یأس اقشـار میانی جامعه و کاهش کیفیت سـرمایه‌های فرهنگی است.

جـان گرفتن دوباره طبقه متوسـط، نشـان از تحرک اجتماعی اسـت اما باید توجه داشت که این تحرک تنها طبقه متوسـط را جـان دوباره نمی‌دهـد بلکه گروه‌های بیشـتری را از پایین به بالا می‌آورد و موقعیت گروه‌های دیگـر را تغییـر می‌دهد اما عده‌ای از این غافل هسـتند. تحرک اجتماعی سریعا گروهی را از پایین به بالا و گروهی را از بـالا به پایین می‌آورد. جامعه نیازمند چنین تحرکی است تا بتواند نیروهای مختلفی برای توسعه در بخش‌های مختلـف به ویژه بخش خصوصی و کارآفرینی تولید کند. نشانه دیگر جان گرفتن طبقه متوسط، توجه به سبک‌های زندگی مطلوب اسـت. رشد آسیب‌های اجتماعی از جمله اعتیاد و طلاق که در سـال‌های اخیـر نگران‌کننده بوده، بـا جـان گرفتن دوبـاره طبقه متوسـط بهبـود خواهد یافـت، چون گروه‌هـای زیادی از طبقه متوسـط هویت اجتماعی‌شان را از سبک زندگی می‌گیرند بنابراین هنگام وجود مشکلات اقتصادی بیش از دیگران متحمل خسارت و زجر در زندگی می‌شـوند. بنابرایـن طبقات میانی، چه به دلیل ناتوانی از انجام سـبک‌های زندگی هویت‌بخش و چه به دلیل ناتوانی در تبدیل سرمایه فرهنگی به سرمایه اقتصادی، در فشـار بیشـتری قرار دارند و با بهبود وضع اقتصادی جان خواهند گرفت.

نشـانه دیگر جـان گرفتن این طبقه، اعتبـار و منزلت آنهاسـت. منزلـت اجتماعی نیز به تعبیـر «ماکس وبر» به معنـای تفاوت در میزان احترام و شـأن اجتماعی که دیگران بـه افراد و گروه‌ها نسـبت می‌دهند، می‌تواند به شـناخت اقشار میانی کمک کند. به این اعتبار می‌توان با احتیاط گفت که اگرچه هنـوز در میان افراد و گروه‌های مختلف طبقه متوسط این منزلت وجود دارد اما مسلما با بهبود وضع اقتصادی افزایش خواهد یافت.

امتناع طبقه متوسـط از سیاست به پیامدهای سیاست طبقه متوسـطی حاکمیت بستگی دارد. هر سیاستی که گروهی تازه به دوران رسـیده را بـه ناگهان ایجاد کند یا سیاستی که با بهبود ناگهانی و بیش از حد وضع اقتصادی گروه جدیدی ایجـاد کند، خودش نابرابـری و ناعدالتی ایجاد کـرده و به ضرر گروه‌های مختلف طبقه متوسـط اسـت. این را من پیامد ناگوار سیاسـتی طبقه متوسطی دولت می‌دانم که ممکن اسـت باعث امتناع این طبقه از سیاست شـود. منظورم بیشتر رانتگیران در هر سطوحی هسـتند. این سیاسـت‌ها انگیزه فعالیت سیاسـی طبقه متوسـط را کاهش می‌دهد. برخی از رشد طبقه متوسط ممکن است هراس داشته باشند، اما گروه‌های مختلفی از طبقه متوسط هستند که تنها به فکر حفظ شأن و اعتبار و منزلت خود هستند و رغبتی به کسب پایگاه‌های سیاسی و درگیری در روابط سیاسی ندارند. پس مشارکت سیاسی این طبقه برای ثبات سیاسی لازم است و بی‌خطر. یکی از حسن‌های بزرگ شدن یا تقویت طبقه متوسط، این است که نابرابری بین اقشار میانی طبقه متوسط و اقشار بالایی آن را کاهش می‌دهد و این به ثبات کشور کمک می‌کند.

(منبع: آینده‌نگر)

دوازدهمین حراج شمش طلا برگزار می‌شود

اتفاق عجیب در حراج سکه

براساس شـیوه‌نامه نحوه برگزاری حراج حضوری شمش طلا استاندارد در مرکز مبادله ارز و طلای ایران، دوازدهمین جلسـه حراج شمش طلای اسـتاندارد در روز سه‌شنبه ۱۵ اسـفندماه ۱۴۰۲ انجام خواهد شـد. زمان جلسـه حراج از ساعت ۱۲ تا ۱۶ است و مبلغ وجه‌الضمان ۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال به ازای هر قطعه شمش طلای استاندارد است که باید نزد بانک ملی ایران، شعبه بانک کارگشایی مرکز و به شماره حساب مرکز مبادله ارز و طلای ایران پرداخت شود.

اما در واکنش به حراج سـکه در مرکـز مبادله، تحلیلگران و اقتصاددان می‌گویند که سـکه‌های فروخته شده در مرکز مبادله ارز و طلا ایران با قیمتی بالای ۹۰ هزار تومان به مردم فروخته شده است. این در شرایطی است که دولتمردان بارها در اظهارنظرهـای خود در واکنش به قیمـت دلار بازار آزاد گفته‌اند که قیمت دلار بازار آزاد را به رسمیت نمی‌شناسند. «احسـان خاندوزی»، وزیر اقتصاد در اوایل اسفندماه گفته بود: «نرخ ارز در بازار آزاد را به رسمیت نمی‌شناسیم و هدف دولت همان روش‌های توافقی است و از همه ابزارها باید در این ارتباط اسـتفاده شود.» پیشتر نیز «محمدرضا فرزین»، رئیس کل بانک مرکزی گفته بود: «نرخ ارز بازار آزاد را قبول نداریم. این نرخ صرفا براساس انتظارات تورمی ناشی از اخبار منفی شـکل می‌گیرد و به هیچ‌وجه بـا واقعیات اقتصاد ما همخوانی ندارد.» براساس نتایج نخستین حراج سکه طلا در مرکز مبادله ارز و طلای ایران، از تعداد ۱۲ هزار و ۸۷۷ قطعه ربع سکه ثبت سفارش شده در سامانه، با توجه به کف قیمت تعیین شده توسط عرضه‌کننده، یک هزار و ۱۱۸ قطعه سکه با میانگین قیمت ۱۱ میلیون و ۵۴۸ هزار تومان به برندگان تخصیص داده شـد. همانطور که اشـاره شد، در واکنش به حراج سکه، کارشناسان معتقدند که سکه‌های مرکز مبادله ارز و طـلا با قیمتی بـالای ۹۰ هزار تومان به مردم فروخته شـده است. «سیامک قاسمی»، اقتصاددان در یادداشتی در فضای مجازی نوشـت: «خیلی جالبه، بانک مرکزی شمش طلا را به قیمت دلار بازار آزاد از مردم می‌خرد و سـکه طلا را ضـرب کرده و بـه قیمت دلار ۹۳ هـزار تومانی به مردم می‌فروشـد و تازه مالیات هم روی آن می‌گیرند. حالا خوبه قیمت دلار بـازار آزاد را قبـول ندارند و دنبـال دلارزدایی هستند.» همچنین «مشکانی»، تحلیلگر اقتصادی در واکنش به حراج سکه گفت: «احتمالا بانک مرکزی شمش طلا را از صادرکنندگان در مرکز مبادله با دلار ارزان‌تری می‌خرد، بعد همین شمش را تبدیل به ربع سکه کرده و با دلار ۹۵ هزار تومان به مردم می‌فروشد.»

نگـــاه

تحریم‌ها مانع استفاده از فرصت‌های بانک سرمایه‌گذاری آسیایی است

مسیر دشوار بانکداری ایران

در گزارش اخیر مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، ســاختار و کارکرد بانک سرمایه‌گذاری زیرساخت آسیایی بررسی و اعلام شد: تحریم‌ها مهمترین چالش پیش روی ایــران در بهره‌گیری از فرصت‌های این بانک در زمینه تامین مالی اســت. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارشــی به بررســی «بانک ســرمایه‌گذاری زیرساخت آسیایی؛ ســاختار، کارکرد و چشم‌انداز همکاری با ایران» پرداخت و از مانع تحریم‌ها برای استفاده از فرصت‌های بانک ســرمایه‌گذاری آســیایی خبر داد. بازوی پژوهشی اتاق ایران در این گزارش می‌نویســد: بانک تازه تاسیس ســرمایه‌گذاری زیرساخت آسیایی کانون کنش خود را کاهش شــکاف زیرســاختی در آسیا تعریف کرده و در این راســتا به لحاظ قواعد کنش کوشــیده است تا حداکثر هماهنگی را با سایر بانک‌های چندجانبه به‌ویژه بانک جهانی و بانک توسعه آسیایی ایجاد کند. بخش مهمی از پروژه‌هایی که از ســوی این بانک در پنج سال اخیر تامین مالی شــده‌اند در واقع به صورت مشــترک و با همکاری بانک جهانی و بانک توسعه آسیایی بوده است. این به معنای همکاری تنگاتنگ این نهاد با نهادهای مالی ســنتی و چندجانبه است. از زمان آغاز عملیات تامیــن مالی در ژانویه ۲۰۱۶ تا دســامبر ۲۰۲۲، این بانک ۱۶۶ پروژه به ارزش ۳۱.۹ میلیــارد دلار را به‌صــورت فاینانس تایید کرده اســت. ۱۵۱ مــورد از ایــن پروژه‌ها به ارزش ۲۹.۳ میلیــارد دلار به‌صورت تامین مالی مشترک با موسســات همکار به ویژه بانک جهانی و بانک توسعه آسیایی بوده اســت. افزون بر این، بانک رویه‌های سخت‌گیرانه‌ای به‌ویژه به لحاظ زیست‌محیطی در فرآیند ارزیابی پروژه‌ها اعمال می‌کند.

از نگاه بخش خصوصی، مهمترین چالش پیش روی ایران در بهره‌گیری از فرصت‌های این بانک در زمینه تامین مالی، تداوم تحریم‌های آمریکا به شمار می‌رود. این بانک علی‌رغم آن‌که خود را متعهد به رعایت تحریم‌های آمریکا نمی‌داند، پس از اعمال تحریم‌ها علیه روســیه و میانمار هیچ‌گونه همکاری جدیدی با آنها صورت نداده اســت و همان مســیر بانک جهانی را تداوم بخشیده است. تحریم‌های آمریکا علیه ایران در طیف تحریم‌های ثانویه با آثار فراسرزمینی قرار می‌گیرد که در قیاس با تحریم‌های روسیه و میانمار بسیار شــدیدتر است، اما در عین حال تحریم‌های اعمالی علیه ایران در دوره ترامپ از ســوی سازمان ملل اعمال نشده بلکه تحریم‌های آمریکاست و وجاهت قانونی در نهادهای بین‌المللی ندارد. چین به عنوان مهمتریــن عضو ایــن بانک در قالب قانون ضدتحریم‌هــای خارجی خود، همکاری در اجرای این تحریم‌ها را ممنوع کرده است. در چنین شرایطی ایران برای دریافت منابع مالی از این بانک، مسیر دشواری پیش رو دارد. در گذشته نیز درخواست‌های ایران برای تامین مالی برخی پروژه‌های شهری از سوی این بانک رد شده است.

اما این بانک الزامی به رعایت تحریم‌های آمریکا ندارد و براساس تقاضای وام‌گیرنده، اقدام به اعطای وام به ارزهای دیگر نیز می‌کند. در همین راستا، بانــک تا به امروز، منابع مالی را به یورو، رنمینبی (یوان) و ارزهای محلی مانند روپیه هند و روپیه اندونزی ارائه کرده اســت. افزون بر این، ایران تا کنون به تفاهم‌های موقتی و موردی مهمی با آمریکا دســت یافته اســت. دامنه ایــن نوع تفاهم‌ها می‌تواند به عدم مخالفت آمریکا با دریافت منابع مالی از بانک سرمایه‌گذاری زیرساخت در پروژه‌های غیرتحریمی گسترش یابــد. اغلب پروژه‌های ایران که نیازمنــد تامین مالی نهادهای بین‌المللی هســتند، در ردیف پروژه‌های بشردوســتانه و غیرتحریمی قرار می‌گیرند. بنابراین ایران می‌تواند کانون تمرکز خود را برای دریافت منابع مالی از این بانک، بر پروژه‌های غیرتحریمی بگذارد، بر پرداخت منابع به ارزهای دیگر متمرکز شود و منافع یکی از اعضای کلیدی بانک را در این پروژه‌ها درگیر نماید. در این فرآیند، تعامل با چین و هند به عنوان اعضای کلیدی بانک از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از دیگر سو در فرآیند تفاهم‌های موقتی با آمریکا به نوعی عدم مخالفت و فشار آمریکا بر بانک را تضمین کند.

در این میان، در نخســتین جلســه وزرای اقتصاد و رؤســای بانک‌های مرکزی عضو گروه بریکس در ســال ۲۰۲۴، پیشنهاد بانک مرکزی ایران برای ایجاد نظام‌های مشابه سوئیفت و FATF در دستور کارگروه بریکس قرار گرفت «محســن کریمــی»، معاون امور بین‌الملــل بانک مرکزی در نخســتین جلســه وزرای اقتصاد و رؤســای بانک‌های مرکزی عضو گروه بریکس در ســال ۲۰۲۴ با تشــریح پیشــنهادهای بانک مرکــزی ایران برای تاسیس ســه نهاد «رتبه‌بندی اعتباری بین‌المللی»، «نهاد مبارزه با پولشــویی و تامین مالی تروریسم مســتقل بریکس» و همچنین «ایجاد نظام پیام‌رســان بانکی مشابه سوئیفت» گفت: این پیشنهادها که چندی پیش توسط بانک مرکزی ایران به رئیس دوره‌ای گروه بریکس ارائه شده بود در هیأت مدیره این گروه با آنها موافقت شد و در دستور کار نخستین نشســت وزرای اقتصاد و روســای بانک‌های مرکزی عضو گروه بریکس و نشست‌های آتی جهت بحث و بررسی قرار گرفت. او در این جلسه که در ســائوپائولو برزیل برگزار شد، ادامه داد: کشورهای عضو بریکس به عنوان قدرت‌های اقتصادی نوظهور حتما برای دستیابی به ساختار یکپارچه مالی در میان خود به ایجاد یک «ســازوکار تســویه حساب» هم نیاز دارند که ایــران می‌تواند در این زمینه نیز کمک‌رســان باشــد. دوران گذار کنونی نشــان می‌دهد ســاختارهای منبعث از نظام‌های تک قطبی و دو قطبی دیگــر کفایت لازم برای مدیریت پیچیدگی‌های ایــن دوره را ندارند و در حقیقت، تاســیس گروه بریکس منعکس‌کننده درک مشترک جمعی ما از این واقعیت است.

معــاون امــور بین‌الملل بانک مرکــزی با تاکید بر ضرورت اســتفاده از پیشرفت‌های مســتمر اعضای گروه بریکس در حوزه‌های مختلف به‌ویژه در موضوع ســرمایه‌گذاری‌های زیرساختی گفت: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پیشنهاد می‌دهد که کشورهای عضو بریکس، آمادگی لازم بــرای ارتقای یکپارچگی مالی در بین خود را داشــته باشــند و این مهم می‌تواند از طریق ایجاد یک «ســازوکار تسویه حساب» و نیز «کانال‌های تبادل اطلاعات بانکی سریع و امن بریکس (پیام‌رسان‌های بانکی مستقل از سوئیفت)» به دست بیاید. معتقدیم که در شرایط کنونی، ارتقای نظام‌های مالــی و پولی بین‌المللــی اهمیت قابل توجهی دارند و ســاختار فعلی به دلیــل نواقص قابل توجهی که دارد اغلب به عنوان ابزار اصلی برای اعمال فشارهای سیاســی و اقتصادی به برخی از کشورها به‌کار گرفته می‌شود. به همین دلیل، بانک مرکزی جمهوری اســلامی ایران پیشــنهاد می‌کند پتانسیل‌های موجود برای برقراری یک زیرساخت مالی مستقل، به منظور ایجاد پیوندهــای اقتصادی قوی‌تر میان کشــورهای عضو بریکس، مورد بررســی قرار گیرند. «کریمی» با تاکید بــر اینکه بانک مرکزی جمهوری اســلامی ایران خود را متعهد می داند تا کشورهای عضو گروه بریکس را در دستیابی به اهداف خود کمک کند به طور ویژه به دو حوزه «رتبه‌بندی اعتباری ملــی» و «همکاری در زمینه مبارزه با پولشــویی و تامین مالی تروریسم» اشــاره کرد و گفت: «رتبه‌بندی اعتباری ملی»، پتانسیل قابل ملاحظه‌ای در تســهیل تامین مالی پروژه‌های زیرساختی و توسعه‌ای در بین کشــورهای عضو دارد و نیاز به توســعه این سیستم رتبه‌بندی مالی، مورد توجه جمهوری اســلامی ایران نیز قرار گرفته اســت. لازمه این کار به رســمیت شــناختن متقابل رتبه‌بندی‌های اعتباری اعطا شده توسط نهادهای رتبه‌بندی اعتباری کشورهای عضو بریکس است. بر همین اساس بانک مرکزی جمهوری اســلامی ایران آماده هرگونه همکاری در این باره با تمامی بخش‌ها و اعضای گروه بریکس اســت. پیشــنهاد مشخص بانک مرکزی جمهوری اســلامی ایران در این باره این است که یک نهاد مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم مستقل در گروه بریکس تاسیس شود تا در مبادله اطلاعات نظارتی برای اهداف پولشویی و تامین مالی تروریسم موثر باشــد. البته این نهاد، متشــکل از ناظران مالی خواهد بود و تقویت همکاری‌ها بین کشــورهای عضو بریکس و ناظران مالی را تسهیل خواهد کرد. به ویژه اینکه شــاهدیم برخی نهادهای شــناخته شده فعلی به طور غیرسازنده بر قواعد و اســتانداردهای غالبا تدوین شده توسط کشورهای غربی تکیه دارند و رویکرد غیراقتصادی و سیاسی بر آنها غالب است.

تاثیر اختلال اینترنت بر کسب‌وکارهای ایرانی در یک گزارش پژوهشی بررسی شد

رتبه ۹۵ ایران در کیفیت زندگی دیجیتال

فرصت امروز: در چند هفته گذشته، دو گزارش پژوهشی درباره وضعیت اینترنت در ایران منتشــر شد که هر دو گزارش حاوی واقعیت‌های تلخ و گزنده‌ای در مورد رتبه ناامیدکننده کشــورمان در اختلال اینترنت و تاثیر مخرب آن بر کســب‌وکارهای ایرانی است. ابتدا انجمن تجارت الکترونیک تهران از رتبه ۴۷ ایران از بین ۵۰ کشــور جهان به لحاظ اختلال اینترنت خبــر داد. در این گزارش، ایران به لحاظ اختلال اینترنت در رتبه ۴۷، در شــاخص محدودیت اینترنت در رتبه ۴۹ و در شاخص سرعت اینترنت در جایگاه آخر از بین ۵۰ کشــور منتخب جهان قرار گرفته است. از آنجا که کاربــران بین‌المللی به‌ویژه در حوزه تجــارت و همچنین ایرانیان خارج از کشور در بســیاری از موارد به دلیل محدودیت‌های موجود، امکان اتصال بــه دامنه‌هــای IR را ندارند، گــزارش انجمن تجارت الکترونیک نشــان می‌دهد که فیلترشکن برای دسترسی به وب‌سایت‌های دارای محدودیت، بــا اختلال در پیمایــش و اتصال مواجه اســت و اختلال‌ها خطر حملات سایبری و فیشینگ را افزایش داده است. به موازات گزارش انجمن تجارت الکترونیک تهران، معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران نیز از رتبه ۹۵ ایران از بین ۱۲۱ کشور جهان به لحاظ کیفیت زندگی دیجیتال و همچنین رتبه ۳۱ کشــورمان از بین ۳۵ کشــور قاره آسیا گزارش داد. این آمارهای جهانی براســاس مطالعه موســسه سرفشــارک از شاخص کیفیت زندگی دیجیتال در پایان سال ۲۰۲۳ به دست آمده است. شاخص کیفیت زندگی دیجیتال براساس پنج فاکتور «هزینه اینترنت»، «کیفیت اینترنت»، «زیرســاخت‌های الکترونیک»، «امنیت الکترونیک» و «دولت الکترونیک» تدوین شــده است. بررسی شاخص کیفیت زندگی دیجیتال در کنار شاخص‌های دیگری همچون ضریب نفوذ اینترنت نشان می‌دهد با وجود اینکه شرایط دسترسی به اینترنت در سطح وسیعی از جامعه ایران فراهم شده، اما به لحاظ کیفیت دسترسی، سرعت پایداری و شاخص‌های دیگر در جایگاه مناســبی در سطح جهان قرار نداریم. براساس آمارها، ۷۸ درصــد افراد در ایران از اینترنت اســتفاده می‌کنند کــه بالاتر از میانگین جهانی در ســال ۲۰۲۳ با رقم ۷۰ درصد است. بالاتر بودن سهم ایران در افراد استفاده‌کننده از اینترنت در مقایسه با متوسط جهانی، بیانگر اهمیت اینترنت در زندگی خانواده‌ها و کسب‌وکارهای ایرانی است.

افت ۱۱ پله‌ای در سال ۲۰۲۳

ایران با افت ۱۱ پله‌ای در پایان سال ۲۰۲۳ و از بین ۱۲۱ کشور جهان در جایگاه ۹۵ به لحاظ کیفیت زندگی دیجیتال قرار گرفته است. براساس آمارهایی که معاونت اقتصاد اتاق تهران در گزارش «چالش‌های اختلال در اینترنت و اثرات آن بر کسب وکارها» ارائه داده است، ایران در پایان سال گذشــته میلادی همچنین از بین ۳۵ کشــور منطقه آسیا، رتبه ۳۱ را به خود اختصاص داده است. این آمارها براساس مطالعه موسسه سرفشارک صورت گرفته که گزارشــی از شاخص کیفیت زندگی دیجیتال ارائه داده اســت. این شاخص براساس پنج فاکتور اصلی از جمله «هزینه اینترنت»، «کیفیت اینترنت»، «زیرساخت‌های الکترونیک»، «امنیت الکترونیک» و «دولت الکترونیک» تدوین شده است. مطابق با نتایج این شاخص، بررسی شــاخص کیفیت زندگی دیجیتال در کنار شــاخص‌های پیش گفته شده همچون ضریب نفوذ اینترنت نشان می‌دهد با وجود اینکه شرایط دسترسی به اینترنت در ســطح وســیعی از جامعه فراهم شده، اما به لحاظ کیفیت دسترسی، ســرعت پایداری و... در جایگاه مناســبی در سطح جهان قرار نداریم. چنانکه مطابق گزارش کیفیت اینترنت منتشرشده توسط انجمن تجــارت الکترونیک تهران، ایران به لحاظ اختلال اینترنت رتبه ۴۷ از بین ۵۰ کشور جهان را به خود اختصاص داده و در شاخص محدودیت اینترنت رتبه ۴۹ و در شاخص سرعت اینترنت در جایگاه آخر قرار گرفته است.

براســاس این گزارش، اتاق تهران می‌گوید: سیاســتگذاری‌ها، اقدامات مدیریتی و اعمال قوانین محدودکننده موجب ایجاد اختلال گســترده در فعالیت‌های اقتصادی شده و کسب وکارها در مواجهه با اینترنت بی‌کیفیت، با چالش‌های زیادی دست به گریبان هستند. در سطح کلان نیز برنامه‌ریزی برای توسعه اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان دشوار شده است. در حال حاضر آســیب‌های اصلی در شبکه ارتباطات و اطلاعات شامل سه حوزه اختلال در دسترســی به اینترنت، فیلترینگ گسترده و ســرعت پایین اتصال به اینترنت اســت. فیلترینگ گسترده، استفاده از فیلترشکن را ناگزیر کرده؛ اتفاقی که علاوه بر تحمیل هزینه‌های گزاف، موجب افزایش آسیب‌پذیری وسایل ارتباط دیجیتال کاربران شده و ریسک امنیت اطلاعات و حملات ســایبری به کســب و کارها را افزایش داده است. با توجه به اینکه یکی از فاکتورهای اقتصــاد دیجیتال وجود امنیت پایدار برای کســب و کارها و فعالیت‌های اقتصادی است، در حال حاضر با توجه به مقررات محدودکننده موجود از جمله ناپایداری در دسترســی به اینترنت و سیاست‌های مبتنی بر فیلترینگ موجب شده تا چشم‌انداز کسب و کارهای دیجیتال به‌شدت مبهم باشد.

خسارت سنگین به کسب‌وکارها

اینترنت با اقدامات روزانه افراد در سراســر جهان از کســب اطلاعات در مورد بازارها یا سلامت گرفته تا پرداخت‌های موبایلی عجین شده است. در عین حال، اختلال در خدمات و زیرساخت‌های مبتنی بر اینترنت تاثیرات گسترده‌ای بر جامعه و اقتصاد داشته و حتی اختلالات جزئی بر بهره‌وری تاثیر می‌گذارد، اعتماد در کسب‌وکار را تضعیف می‌کند و منجر به از بین رفتن فرصت‌ها می‌شود. با توسعه یک کشور و ظهور یک اکوسیستم آنلاین بالغ‌تر، تاثیرات قطع موقت اینترنت بیشتر می‌شود. تخمین زده می‌شود که برای یک کشــور با اتصال بالا به اینترنت، تاثیر روزانه قطع موقت اینترنت و کلیــه خدمــات آن به‌طور متوســط ۲۳.۶ میلیون دلار بــه ازای هر ۱۰ میلیون جمعیت باشد. با ســطوح پایین‌تر دسترسی به اینترنت، متوسط اثــرات تولید ناخالص داخلی برآورد شــده به ترتیب بــه ۶.۶ میلیون دلار و ۰.۶ میلیــون دلار به ازای هر ۱۰ میلیــون جمعیت برای اقتصادهای با اتصال به اینترنت متوسط و پایین می‌رسد. از آنجایی که در دنیای امروزه اینترنت به طور گســترده‌تر و با شدت بیشــتری در سراسر کشورها مورد اســتفاده قرار می‌گیرد، خدمات اینترنتی برای کسب‌وکارها و افراد حیاتی است. به‌طور کلی، برآوردهای صورت گرفته در این مطالعه و شواهد موجود نشان می‌دهد که اختلال در اکوسیستم‌های اینترنتی می‌تواند پیامدهای اقتصادی و در نهایت هزینه‌های جبران‌ناپذیری برای یک کشــور داشــته باشــد. اگر اختلالات مکررتر و ماهیت طولانی مدت‌تری داشــته باشــند مقیاس تاثیرات منفی آن نیز بیشتر می‌شود.

تحولات اینترنت و خدمات مبتنی بر آن اکوسیستمی ایجاد کرده است که زندگی روزمره مردم و کســب‌وکارها حــول آن می‌چرخد. از برقراری ارتباط با دوســتان و مشــاغل گرفته تا کسب اطلاعات یا فروش، اینترنت انجام وظایف مختلف را بســیار آســان‌تر و کارآمد کرده است. اینترنت در حوزه کســب‌وکارها، فعالیت‌های روزمره مانند خرید و فروش را کم‌هزینه کرده است بنابراین اختلال در اکوسیستم اینترنت فرصت‌ها را برای مردم و مشاغل محدود کرده و اقتصاد را با مشکل مواجه می‌کند. امروزه اتصال به اینترنت به یک جزء ضروری از محیط کار مدرن تبدیل شده است که در پشتیبانی از عملیات حیاتی کسب‌وکار بسیار مهم است. با افزایش اتکا به اتصال به اینترنت پایدار، درک علل مختلف بالقوه مشکلات اتصال و بررسی دلایل قطعی اینترنت شامل مشکلات تجهیزات، خطای خطوط، خطاهای انسانی، بلایای طبیعی و حملات سایبری ضروری است.

ریسک هک شدن پلتفرم‌ها

بســترهای ارتباطی مناسب، زیربنای توسعه اقتصادی هر کشوری است و امکان توسعه کسب‌وکار، صادرات و حفظ و تقویت بازارها تنها از مسیر حفظ ارتباط جهانی فراهم می‌شــود که به‌واسطه آن می‌توان برای توسعه برنامه‌ریزی کرد؛ اما در حال حاضر، مسیر توسعه بنگاه‌ها به دلیل اختلالات و محدودیت‌های موجود در حوزه دسترسی به اینترنت با چالش‌های بسیاری مواجه شده است که در نتیجه آن، بسیاری از مدیران بنگاه‌ها به گزینه‌هایی همچون تعطیلی واحدها و انتقال ســرمایه به خارج از کشــور سوق داده می‌شوند و به تبع آن، سرمایه‌گذاری تحت تاثیر این شرایط به‌شدت کاهش پیدا کرده و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، رغبتی به حضور در این بازار ندارند. این چالش‌ها در حوزه آن دسته از کسب‌وکارهای خانگی که تنها از طریق پلتفرم‌های اینترنتی در حال فعالیت هستند، پررنگ‌تر است. کاهش میزان تراکنش‌های مالی در محیط اینترنتی، استفاده از انواع فیلترشکن‌ها و بالا رفتن ریسک هک شدن پلتفرم‌های اینترنتی کسب‌وکارها و کاهش انگیزه برای سرمایه‌گذاری در حوزه هوشمندسازی صنعت، به عنوان تنها بخشی از آسیب‌های ناشی از قطع شدن اینترنت و فیلترینگ پلتفرم‌های خارجی مطرح هستند. برآوردهای صورت گرفته در این مطالعه و شواهد موجود نشــان می‌دهد که اختلال در اکوسیســتم‌های اینترنتی می‌تواند پیامدهای اقتصادی و در نهایت هزینه‌های جبران‌ناپذیری برای یک کشور داشــته باشد. اگر اختلال‌ها، مکررتر و ماهیت طولانی‌مدت‌تری نیز داشته باشند، مقیاس تاثیرات منفی آن نیز بیشتر می‌شود. هنگامی که اینترنت قطع می‌شود، کارکنان نمی‌توانند وظایف خود را به‌طور معمول انجام دهند. عواقب قطع اتصال اینترنــت در تجارت از طریق کاهش بهره‌وری موجب می‌شود کارکنان نتوانند وظایف خود را به درستی انجام دهند و روتین‌های ضروری مانند ارتباطات، انتقال داده‌های حیاتی شــرکت و مشتری مختل می‌شــود. ایجاد اختلال در انجام ایــن وظایف می‌تواند به روحیه کارکنان آســیب برساند؛ زیرا ممکن است احساس ناامیدی کرده و نتوانند نیازهای شــغلی خود را برآورده کنند. مشــتریان هنگام تعامل و تجارت، انتظارات بالایی از کسب وکارها دارند. آنها انتظار خدمات سریع از جمله بارگذاری ســریع صفحه و پاسخ‌های فوری خدمات مشــتری را دارند. بنابراین اگر مشــتریان نتوانند به وب‌سایت شما متصل شوند یا خدمات مشتری مورد نیاز خود را دریافت کنند ناامید خواهند شد. تاخیر در پاسخگویی نیز در نهایت می‌تواند مشتری شما را به سمت رقبا سوق دهد و در نتیجه موجب کاهش درآمد احتمالی کسب وکارتان شود.

ایران خودرو و سایپا روزانه ۱۵۰ میلیارد تومان زیان می‌دهند

رشد ۳۰ درصدی زیان انباشته ۱۰ غول بورسی

براســاس آمارها، ایران خودرو و ســایپا روزانــه در مجموع حدود ۱۵۰ میلیارد تومان زیان می‌سازند. در روزهای اخیر، بحث‌های زیادی پیرامون زیان‌دهی و هزینه‌های سرســام‌آور ایران‌خودرو و سایپا در محافل مختلف مطرح شده است. اعداد و ارقام مختلفی از زیان روزانه ۵۰۰ میلیارد تومانی تا میانگین دستمزد ۶۰ میلیون تومانی کارکنان این دو شرکت در فضای مجازی دست به دست می‌شود، اما این اعداد چگونه به دست آمده‌اند و تا چه حد به واقعیت نزدیک است؟

صورت‌های مالی ۹ ماهه ایران خودرو نشــان می‌دهد که این خودروساز در این دوره زمانی بیش از ۱۷۹ هزار میلیارد تومان درآمد داشــته است، اما با کســر بهای تمام شده و هزینه‌های دیگر در نهایت مشخص می‌شود که این شــرکت ۳۰ هزار میلیارد تومان زیان کرده است بنابراین می‌توان گفــت کــه ایران‌خودرو روزانــه ۱۱۲ میلیارد تومان زیــان ایجاد می‌کند. حال اگر همین محاســبات را برای ســایپا هم انجام بدهیــم، زیان روزانه این خودروســاز ۳۶ میلیارد تومان می‌شــود. این یعنی این دو خودروساز بزرگ ایران روزانه در مجموع حدود ۱۵۰ میلیارد تومان زیان می‌ســازند. بــه گزارش «اکوایــران»، آنطور که ایران خــودرو در آخرین گزارش مالی خود آورده اســت، این شــرکت ۲۳ هزار و ۲۷۶ کارمند دارد که ۱۵ هزار و ۷۹۰ نفر پرســنل تولیدی و ۷ هزار و ۴۸۶ پرسنل غیرتولیدی هستند. این شــرکت ۲۲۲۴ میلیارد تومان دستمزد مستقیم تولید و ۱۵۸۶ تومان هزینه حقوق و دستمزد اداری داشته است. حال اگر جمع این هزینه را به تعداد کارکنان و ۹ ماه سال تقسیم کنیم، میانگین حقوق چیزی بیشتر از ۱۸ میلیون می‌شــود. اگر همین محاسبات را برای سایپا هم انجام دهیم، میانگین دستمزد ماهانه کارکنان این خودروساز هم ۲۱ میلیون تومان به دست می‌آید.

امــا چرا اعــداد و ارقام منابع خبــری مختلف چند برابر بیشــتر از این محاســبات اســت؟ این تفاوت به این امر برمی‌گردد که بخش هزینه‌های ســربار یک بند هزینه حقوق و دســتمزد دارد که اتفاقا رقم قابل توجهی را شــامل می‌شود. برخی کارشناســان و رسانه‌ها این رقم را هم بخشی از حقوق و دســتمزد کارکنان محســوب کرده‌اند. مثلا ایــن رقم برای ایران خودرو بیش از ۱۰ هزار میلیارد تومان است که اگر آن را به هزینه حقوق و دســتمزد اضافه کنیم و بر تعداد کارکنان تقســیم کنیم حقوق ماهانه کارکنان ایران خودرو معادل ۷۰ میلیون تومان به دست می‌آید، اما در واقع هزینه ســربار شامل هزینه‌هایی می‌شود که به ربطی به حقوق و دستمزد مستقیم کارکنان ثابت ندارد.

از ســوی دیگر، بررســی‌ها از جهش ۳۰ درصدی زیان انباشــته ۱۰ غول بورســی حکایت دارد. صورت‌های مالــی ۹ ماهه منتهی به آذرماه ۱۴۰۲ شرکت‌های بورسی نشان می‌دهد که زیان انباشته ۱۰ شرکت با بیشترین انباشت زیان به نسبت ابتدای امسال ۳۰ درصد افزایش یافته و از ۴۷۰ همت به بالای ۶۱۲ همت صعود کرده اســت. زیان انباشــته شــرکت‌های بزرگ بازار سهام مدت‌ها است که چالش جدی برای بازار ســهام کشورمان به‌شــمار می‌رود. انباشــت زیان در شرکت‌های بزرگ بازار ســهام نه تنها ســهامداران خرد این مجموعه‌ها را با مشکل مواجه کرده اســت و حداقل در وهله ابتدایی، این سهامداران را از سود نقدی و افزایش ســرمایه محروم کرده؛ بلکه ســهامداران بزرگ و حقوقی این مجموعه‌ها را که بخش بزرگی از آنها صندوق‌های بازنشستگی کشوری هســتند نیز با بحران مواجه کرده است. از ســوی دیگر، تغییرات اخیر نمادها در بین تابلوهای معاملاتی، باعث نزول برخی از این شرکت‌ها به تابلوهای پایین‌تر شده است.

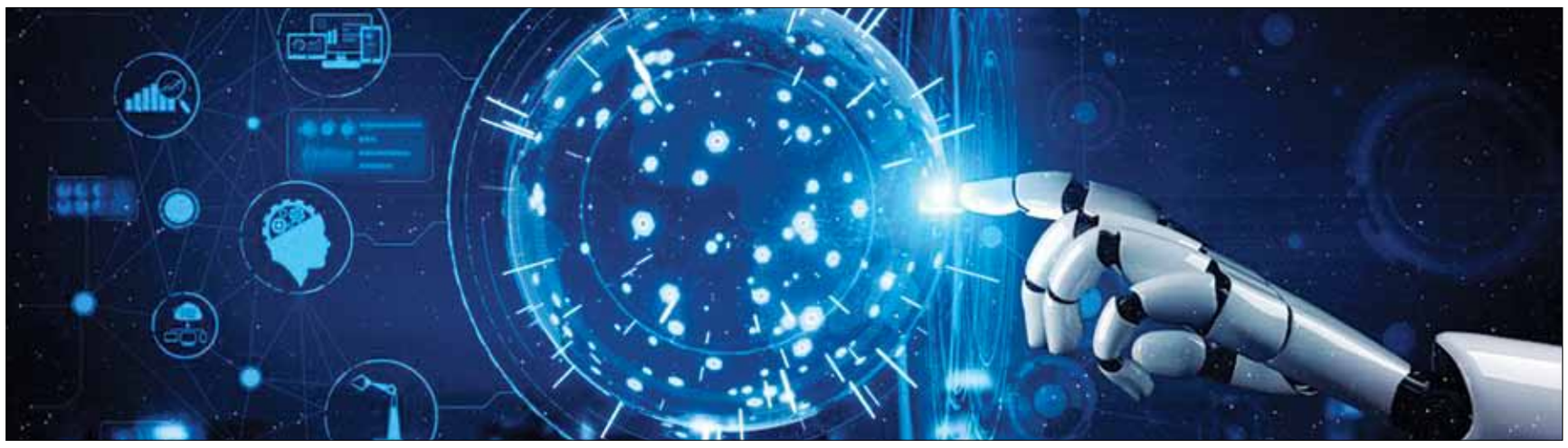
ترازنامه ۱۰ شــرکت بورسی که در انتهای آذرماه امسال بیشترین زیان انباشته را متحمل شدند؛ در انتهای اسفندماه ۱۴۰۰ نشان از ۳۲۰ هزار و ۳۱۹ میلیارد تومان زیان انباشته داشت. در انتهای سال ۱۴۰۰، بیشترین میزان زیان انباشته در بین شرکت‌های بورسی به بانک آینده با ۱۳۴ هزار و ۲۳۹ میلیارد تومان تعلق گرفت و پس از آن شــرکت‌های ایران خودرو، بانک سرمایه و بانک شهر بیشــترین زیان انباشته را به ثبت رساندند. در انتهای اســفندماه ۱۴۰۱ نیز زیان انباشته این ۱۰ شرکت که هفت مورد به صنعت بانکداری و مؤسســات اعتباری متعلق هستند و سه مورد دیگر نیز خودروساز هســتند؛ تا ۴۷۰ هزار و ۲۳۵ میلیارد تومان افزایش یافته کــه چیــزی در حدود ۴۷ درصد طی یک ســال افزایش یافته اســت. در انتهای سال ۱۴۰۱ نیز ترازنامه بانک آینده بیشترین زیان انباشته را در بین شرکت‌های بورسی با رقم ۲۰۷ هزار و ۵۳۴ میلیارد تومان به ثبت رساند و شــرکت‌های ایران خودرو، بانک ســرمایه و سایپا به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در این سال بیشترین افزایش زیان انباشته در بین این ۱۰ شرکت به پارس خودرو و ایران خودرو متعلق بوده است.

با به پایان رســیدن فصل پاییز و انتشار صورت‌های مالی فصلی ۹ ماهه منتهی به آذرماه ۱۴۰۲، بخشــی از عملکرد امسال این شرکت‌ها بار دیگر نمایان شــد. عملکردی که همچنان خبرهای نگران‌کننده‌ای برای فعالان بازار ســهام، صندوق‌های بازنشستگی و در نهایت اقتصاد کشور به همراه دارد. بانک آینده در ۹ ماهه ابتدای سال جاری به زیان انباشته ۲۸۴ هزار و ۵۵۰ میلیارد تومانی دست پیدا کرده که همچنان در بین نمادهای بورسی با زیان انباشــته، این بانک را در این زمینه بی‌رقیب کرده اســت. شرکت ایران خودرو نیز در انتهای آذرماه امســال از زیان انباشته ۱۰۴ هزار و ۴۳ میلیارد تومانی خود پرده‌برداری کرد و بانک سرمایه نیز در رتبه سوم قرار گرفته است. زیان انباشته این ۱۰ شرکت در انتهای آذرماه به ۶۱۲ هزار و ۴۴۰ میلیارد تومان رســیده است که نشان از افزایش ۳۰ درصدی آن در سه فصل از چهار فصل سال جاری دارد.

نکته قابل توجه درخصوص افزایش زیان انباشته این ۱۰ شرکت بورسی در ۹ ماهه امســال، رکوردزنی بانک پارســیان با ۲۰۷ درصد افزایش بوده است. این در حالی است که بانک مرکزی در مدت مذکور موظف به بهبود ناترازی بانک‌های تجاری بوده است. با این اوصاف می‌توان گفت که بحران زیان انباشته در صنعت بانکداری از ناترازی بانک‌ها و در صنعت خودرو از قیمت‌گذاری دســتوری و عدم وجود بازار فروش متشکل نشأت می‌گیرد. در روزهــای گذشــته ۱۷۳ نماد در بازارهای بورس تهــران با تغییرات در تابلوی معاملاتی مواجه شــدند که در بین آنها ســه نماد خودرو، خساپا و ونوین دیده می‌شد. با این اوصاف سهام ایران خودرو، سایپا و بانک اقتصاد نوین به تابلوی فرعی بازار دوم بورس تهران منتقل شده است. سهام پارس خودرو نیز در تابلوی بازار پایه زرد فرابورس و ســهام بانک آینده در بازار سوم فرابورس ایران معامله می‌شود.

شکل و شمایل کارخانه‌های آینده چگونه خواهد بود؟

۶ مانع هوش مصنوعی در تولید صنعتی



فرصت امروز: تحولات اخیر جهانی و فهرست روزافزون شوک‌ها و اختلالات، فشار بیشتری بر زنجیره‌های ارزش جهانی متزلزل وارد کرده است. پیچیدگی چالش‌های کنونی که بر تولید و زنجیره‌های ارزش تاثیر می‌گذارند، نیاز به فراتر رفتن از ابزارهای سنتی، نیروی کار و محیط‌زیست را می‌طلبد. کارخانه‌های آینده چگونه خواهند بود؟ این سوالی است که پاسخ ساده‌ای ندارد؛ زیرا انقلاب صنعتی چهارم به سرعت ادامه می‌یابد و فناوری‌های جدید، چشم‌انداز تولید را متحول می‌کند. بررسی هزار کارخانه پیشرو توسط شرکت مکنزی نشان می‌دهد که سه ابرروند «قابلیت اتصال»، «هوشمندی» و «اتوماسیون انعطاف‌پذیر»، شکل‌دهنده کارخانه‌های آینده خواهند بود. بنابراین یکی از مهمترین ویژگی‌های کارخانه‌های آینده، به نحوه تعامل آنها با هوش مصنوعی برمی‌گردد، اما به‌کارگیری هوش مصنوعی در صنعت در دو سطح مختلف چالش‌برانگیز است؛ اول اینکه نیروی انسانی باید مهارت لازم را برای تعامل و استفاده از هوش مصنوعی دارا باشد؛ دوم اینکه قابلیت‌های کارخانه باید به اندازه‌ای بالا برود که بتواند از هوش مصنوعی خلق ارزش کند.

در همین زمینه، مرکز انقلاب صنعتی چهارم ترکیه به همراه مجمع جهانی اقتصاد در مطالعه‌ای، ویژگی‌های کلیدی کارخانه‌های آینده، مهارت‌های نرم مورد نیاز برای بهره‌برداری از هوش مصنوعی در صنعت و مهمتر از همه، نحوه خلق ارزش از هوش مصنوعی در صنعت را مورد بررسی قرار داده است. این گزارش که از سوی معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران منتشر شده است، نشان‌دهنده پیشرفت ترکیه در حوزه انقلاب صنعتی چهارم است؛ به طوری که مطالعات و تحقیقات آنها از سوی مراجع بین‌المللی به عنوان اسناد قابل استفاده برای تمام کشورها مورد توجه قرار گرفته است. این در حالی است که ما در ایران هنوز مرکزی با هدف و ماموریت انقلاب صنعتی چهارم نداریم و نیاز است چنین نهادی با استفاده از تجربیات بین‌المللی در کشور تاسیس شود.

الگوی شکوفایی ارزش در تولید

در این گزارش، شش چالش اصلی مطرح شده است که مانع از پذیرش و مقیاس‌بندی برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی در تولید می‌شوند. این چالش‌های شش‌گانه شامل عدم‌تطابق بین قابلیت‌های هوش مصنوعی و نیازهای عملیاتی، نبود رویکرد استراتژیک و ارتباطات رهبری، مهارت‌های ناکافی در حوزه مشترک هوش مصنوعی و عملیات تولید، در دسترس بودن داده‌ها و نبود ساختار حکمرانی داده، فقدان مدل‌های هوش مصنوعی قابل توضیح در بخش تولید و تلاش‌های قابل‌توجه سفارشی‌سازی در سراسر عملیات تولید است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تولیدکنندگان پیشرو با موفقیت بر چالش‌های ذکرشده غلبه کرده‌اند. با اجرای انواع برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی و تاثیر مثبت بر عملکرد عملیاتی، پایداری و مشارکت نیروی کار، عمدتا در شش حوزه شامل سلامت و ایمنی، کیفیت، تعمیر و نگهداری، فرآیندهای تولید، زنجیره تامین و مدیریت انرژی ایجاد شده است. این مطالعه نشان می‌دهد که می‌توان با یک رویکرد کل‌نگر، پتانسیل‌های دست‌نخورده هوش مصنوعی را کشف کرد. توسعه برنامه‌های کاربردی مبتنی بر هوش مصنوعی با بسترسازی و برخی مراحل اساسی آغاز می‌شود و با یک رویکرد گام به گام و مرحله‌ای و مجموعه ابزار موردنیاز، بخش تولید می‌تواند چشم‌اندازهای جدیدی را برای غلبه بر چالش‌های مهم خود به دست آورد.

براساس این گزارش، انقلاب هوش مصنوعی تبدیل مقادیر زیادی از داده‌ها به بینش‌ها و پیش‌بینی‌های عملی را امکان‌پذیر می‌کند که می‌توانند انگیزه‌هایی برای فرآیندهای داده‌محور ایجاد کنند. شرکت‌های تولیدی با استفاده از مکانیزم‌های مختلف، ارزش را از هوش مصنوعی می‌گیرند که رایج‌ترین آنها حذف کارهای زائد، حل مشکلات موجود و آشکار کردن ارزش‌های پنهان با تجزیه و تحلیل و شناسایی الگوها در داده‌هاست. هوش مصنوعی برای تقویت وظایفی مانند طبقه‌بندی، تخمین مستمر، خوشه‌بندی، بهینه‌سازی، تشخیص ناهنجاری، رتبه‌بندی، توصیه‌ها و تولید داده برای حل مشکلات صنعتی استفاده می‌شود. رایزنی با مدیران ارشد پلتفرم مجمع جهانی اقتصاد برای شکل‌دهی به آینده تولید پیشرفته و زنجیره‌های ارزش و پلتفرم شکل‌دهی به آینده حکمرانی فناوری: هوش مصنوعی و یادگیری ماشین و همچنین اعضا و شرکای مرکز انقلاب صنعتی چهارم ترکیه، مشخص می‌کند که هوش مصنوعی می‌تواند به ایجاد تغییر کلی در تولید کمک کند و مزایای قابل‌توجهی در حوزه‌های عملکرد عملیاتی با خودکارسازی و بهینه‌سازی فرآیندها و وظایف معمول، افزایش بهره‌وری و کارایی عملیاتی، بهبود کیفیت (به‌عنوان مثال کاهش عیوب، پیش‌بینی خرابی‌های ناخواسته) و بهینه‌سازی پارامترهای تولید، پایداری با بهینه‌سازی مصرف مواد و انرژی، افزایش بازده انرژی، کاهش نرخ ضایعات و افزایش طول عمر دستگاه، افزایش کارآمدی نیروی کاری با هدایت فرآیند تصمیم‌گیری و تنظیم پارامترها و افزایش دقت پیش‌بینی‌ها داشته باشد.

موانع مشترک هوش مصنوعی صنعتی

با وجود این پتانسیل، شرکت‌ها هنوز به طور کامل چشم‌انداز سیستم‌های تولیدی مبتنی بر هوش مصنوعی را درک نکرده‌اند. به‌منظور باز کردن ارزش دست‌نخورده هوش مصنوعی صنعتی، مشخص کردن منبع تلاش‌های یک شرکت و تعریف موانع، مسیر جدیدی را برای اندیشیدن و استخراج راه‌حل‌های مناسب برای غلبه بر آنها باز می‌کند. از آنجا که موانع پذیرش هوش مصنوعی عمدتا سازمانی، استراتژیک و فنی است، درک آنها به شناسایی مسیری برای پیاده‌سازی برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی مقیاس‌پذیر کمک می‌کند. رایزنی با بیش از ۳۵مدیر ارشد عملیات، کارشناسان فناوری و دانشگاهیان، شش چالش را شناسایی کرده است که مانع پذیرش هوش مصنوعی در تولید و زنجیره ارزش می‌شوند.

تولیدکنندگان اغلب پروژه‌های هوش مصنوعی را براساس قابلیت‌های فنی موجود به جای تمرکز بر تاثیر بر عملیات تجاری انتخاب می‌کنند. تطابق بین نقاط فشار کسب‌وکار و فناوری‌های هوش مصنوعی همیشه به طور کامل در نظر گرفته نمی‌شود. بنابراین، راه‌حل‌های هوش مصنوعی ممکن است از نظر فنی امکان‌پذیر باشند، اما نتوانند یک مشکل مرتبط و تاثیرگذار را حل کنند. این عملیات باعث عدم‌تطابق انتظارات و مانع پذیرش گسترده‌تر آنها در تولید می‌شود. ساختن یک مورد تجاری محکم با رویکردی مشکل‌گرا که نیازهای کسب‌وکار را به‌وضوح تعریف می‌کند و ارزش یک راه‌حل هوش مصنوعی را در مقایسه با راه‌حل‌های جایگزین مشخص می‌کند، اولین قدم‌ها برای غلبه بر این مانع به‌منظور پذیرش است. استراتژی هوش مصنوعی و برنامه ارتباطی واضح در شرکت‌ها اغلب نادیده گرفته می‌شود. بدون حامیان مالی مناسب و رهبران متعهد برای شروع گفت‌وگو و جمع‌آوری نیاز از کاربران نهایی، نصب برنامه‌های هوش مصنوعی در سراسر شرکت امکان‌پذیر نیست. از آنجا که هوش مصنوعی روش‌های کار را تغییر می‌دهد، بی‌میلی نیروی کار می‌تواند مانع بزرگی در عمل باشد اما برقراری ارتباط با رویکردهای استراتژیک و تبیین مزایا و فرآیندهای جدید می‌تواند به افزایش تمایل کاربران نهایی برای پذیرش آن در کارهای روزمره کمک کند.

مشاوران خارجی یا کارشناسان فناوری اطلاعات که درک محدودی از الزامات تولید در سطح محیط عملیاتی تولید دارند، اغلب پروژه‌های هوش مصنوعی را رهبری می‌کنند. با این‌حال، برای موفقیت برنامه‌های کاربردی نیازمند هوش مصنوعی، این افراد باید در قالب تیم‌هایی توسعه یابند و پیاده‌سازی توسط تیم‌های متقابل با تخصص‌های متنوع در زمینه همگرایی فناوری اطلاعات، فناوری عملیاتی، داده‌ها و فناوری‌های هوش مصنوعی می‌تواند به موفقیت پروژه‌ها در محیط عملیاتی تولید کمک شایانی کند. این امر مستلزم ارتقای مهارت نیروی کار و جذب استعدادهای جدید در تولید است.

فقدان ساختار حکمرانی داده

استفاده از مدل‌های یادگیری ماشینی نیازمند آموزش روی مقادیر زیادی از داده‌ها برای تشخیص الگوها و روابط است. با این‌حال، شرکت‌های تولیدی اغلب بر مجموعه داده‌های کوچک و داده‌های تکه‌تکه تکیه می‌کنند که مانع از دقت بینش‌های حاصل می‌شود. حتی در صورت موجود بودن، این مجموعه داده‌ها ممکن است موارد شکست مناسب یا موقعیت‌های فرآیند مربوطه را نشان ندهند و عمدتا قابل تعامل نیستند. ایجاد منبع اطلاعاتی واحد تضمین می‌کند که کسب‌وکارها براساس داده‌های استانداردشده و مرتبط در سراسر سازمان عمل می‌کنند. برای غلبه بر این چالش، به‌اشتراک‌گذاری داده‌ها در سراسر مرزهای شرکت‌ها می‌تواند از تلاش‌های مشترک برای اتخاذ تکنیک‌های هوش مصنوعی در بخش تولید حمایت کرده و به نوبه خود بر مجموعه‌ای از عوامل موفقیت سازمانی و فناوری تکیه کند. درک مدل‌های هوش مصنوعی به عنوان سیستم‌های پیچیده، غیرشفاف و غیرقابل تفسیر، مانع استقرار آنها می‌شود. تولیدکنندگان به مدل‌های هوش مصنوعی نیاز دارند که برای ایجاد اعتماد در پیش‌بینی‌ها و نتایج خاص یا قابل تفسیر برای کارشناسان حوزه در جهت پذیرش آنها باز و شفاف باشند. پیش‌بینی‌های ارائه‌شده توسط هوش مصنوعی باید معنادار و قابل توضیح، دقیق و دارای مکانیزم هشداردهنده برای به حداقل رساندن خطرات باشند. ابزارها و تکنیک‌های قابل توضیح هوش مصنوعی به متخصصان اجازه می‌دهند تا نتایج خود را در قالبی توجیه کنند که کاربران سازنده بتوانند آن را درک کنند. هرچه اعتماد به خروجی مبتنی بر هوش مصنوعی بیشتر باشد، استقرار هوش مصنوعی سریع‌تر و گسترده‌تر می‌تواند اتفاق بیفتد.

کارخانه‌ها سیستم‌های مهندسی پیچیده‌ای هستند و مدل‌های هوش مصنوعی برای تطبیق با هر فرآیند و مطابقت با محدودیت‌های آن به پیکربندی نیاز دارند. از این‌رو نمی‌توان به‌سادگی مدل‌های آموزش‌دیده هوش مصنوعی را از یک مورد کاربرد تولیدی به مورد دیگر اعمال کرد. طراحی یک مجموعه یادگیری ماشین و پیش‌پردازش، آموزش و آزمایش مدل‌های هوش مصنوعی برای سفارشی‌سازی نیاز به مداخله دستی دارد که هنوز کاملا خودکار نیست. علاوه بر این، شرکت‌های صنعتی برای یافتن سخت‌افزار و نرم‌افزار تجاری در دسترس با ویژگی‌های هوش مصنوعی که نیاز به سفارشی‌سازی جزئی دارند، تلاش می‌کنند. روشن‌کردن این چالش‌ها و درک آنها می‌تواند به شناسایی راه‌حل‌ها و رویکردهای مناسب برای غلبه بر آنها کمک کند.

فرصت هوش مصنوعی برای تولید

در مجموع، هوش مصنوعی می‌تواند برخی از پایدارترین مشکلات تولید را حل کند و فرصت‌های جدیدی خلق کند که به شرکت‌ها اجازه می‌دهد عملکرد عملیاتی خود را افزایش دهند، دستور کار پایداری را پیش ببرند و نیروی کار را توانمند کنند. در حالی که چالش‌های سازمانی و فناوری هنوز مانع استقرار برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی در مقیاس بزرگ هستند، تولیدکنندگان پیشرو با موفقیت از پتانسیل مشتق‌شده از هوش مصنوعی استفاده کرده و طیف گسترده‌ای از موارد کاربرد را برای سلامت و ایمنی، کیفیت، تعمیر و نگهداری، فرآیند تولید، زنجیره‌های تامین و مدیریت منابع و انرژی با استفاده از یک رویکرد گام به گام توسعه داده‌اند. مدیران ارشد شرکت‌ها می‌توانند برنامه‌های کاربردی مرتبط را شناسایی کرده و با موفقیت آنها را پیاده‌سازی کنند. دیجیتالی شدن و هوش مصنوعی می‌توانند عصر جدیدی را برای بهبود مستمر در تولید فراتر از ابزارهای سنتی افزایش بهره‌وری ایجاد و در نتیجه ارزش بیشتری خلق کنند. اگرچه سازندگان پیشرو قبلا از مزایای قابل‌توجهی از برنامه‌های هوش مصنوعی بهره برده‌اند، اما برخی هنوز در تلاش برای شروع و به دنبال چارچوب مشترکی هستند که راه را برای استقرار هوش مصنوعی در تولید با بازگشت سرمایه مثبت هموار کند.

اخبار

تمایل بریکس به پیشنهاد بانک مرکزی ایران

سوئیفت جدید در راه است؟

پیشنهادهای بانک مرکزی ایران برای ایجاد نظام پیام‌رسان بانکی بین اعضا (مشابه سوئیفت)، نهاد مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم (مشابه FATF) و نهاد رتبه‌بندی اعتباری بین‌المللی برای اعضا در دستور کارگروه بریکس قرار گرفت. معاون امور بین‌الملل بانک مرکزی در نخستین جلسه وزرای اقتصاد و روسای بانک‌های مرکزی عضو گروه بریکس در سال ۲۰۲۴ با تشریح پیشنهادهای بانک مرکزی ایران برای تاسیس سه نهاد «رتبه‌بندی اعتباری بین‌المللی»، «نهاد مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم مستقل بریکس» و همچنین «ایجاد نظام پیام‌رسان بانکی (مشابه سوئیفت) برای اعضای گروه بریکس» گفت: این پیشنهادها که چندی پیش توسط بانک مرکزی ایران به رئیس دوره‌ای گروه بریکس ارائه شده بود در هیأت مدیره این گروه با آنها موافقت شد و در دستور کار نخستین نشست وزرای اقتصاد و روسای بانک‌های مرکزی عضو گروه بریکس و نشست‌های آتی جهت بحث و بررسی قرار گرفت. به گفته «محسن کریمی»، کشورهای عضو بریکس به عنوان قدرت‌های اقتصادی نوظهور حتما برای دستیابی به ساختار یکپارچه مالی در میان خود به ایجاد یک «سازوکار تسویه حساب» هم نیاز دارند که ایران می‌تواند در این زمینه نیز کمک‌رسان باشد. دوران گذار کنونی نشان می‌دهد ساختارهای منبعث از نظام‌های تک‌قطبی و دوقطبی دیگر کفایت لازم برای مدیریت پیچیدگی‌های این دوره را ندارند و در حقیقت، تاسیس گروه بریکس منعکس‌کننده درک مشترک جمعی ما از این واقعیت است.

رئیس کمیته فقهی سازمان بورس خبر داد

حضور ۲۷ ناظر شرعی در بانک‌ها

در حال حاضر ۲۷ ناظر در ۲۷ بانک کشور حضور دارند که به آموزش بانکداری اسلامی و تطبیق موضوعات تامین مالی با مبانی شرعی می‌پردازند. «غلامرضا مصباحی مقدم»، رئیس کمیته فقهی سازمان بورس در نهمین همایش مالی اسلامی با محوریت توسعه صنعت مالی اسلامی با بیان این مطلب گفت: بنده همواره در سال‌های گذشته بر تامین مالی اسلامی تاکید داشتم، اما در همه بخش‌ها تامین مالی مبتنی بر فاینانس و برگرفته از نرخ بهره بود. تا زمانی که مفروضات و مبانی را با کشور خودمان تطبیق ندهیم نمی‌توانیم برداشت درستی از اقتصاد اسلامی داشته باشیم. امروز تامین مالی اسلامی به یک شجره طیبه قدرتمند تبدیل شده و در سطح ملی و جهانی در حال مطرح شدن است.

رئیس کمیته فقهی سازمان بورس با بیان اینکه منابع مالی باید به سمت کارهای تولیدی هدایت شود، افزود: اگر این موضوع محقق شود از نشت منابع به سمت بورس‌بازی و سفته‌بازی جلوگیری می‌شود و در مهار تورم تاثیرگذار است. حقیقتا ابزارهای مالی اسلامی در همین راستا عمل می‌کند. صنعت مالی اسلامی مستقیما در رشد تولید اثرگذار است. در این راستا ابزارهایی مانند اوراق گام برای کمک به زنجیره تولید، اوراق ودیعه برای کنترل تورم و توافق بازخرید به منظور جلوگیری از استقراض از بانک مرکزی به کار گرفته می‌شود. به گفته «مصباحی مقدم»، در حال حاضر ۲۷ ناظر در ۲۷ بانک کشور حضور پیدا کرده‌اند که موجب شده آموزش بانکداری اسلامی گسترش پیدا کند. در حال حاضر طرح‌هایی که بانک‌ها راه‌اندازی می‌کنند مشمول نظارت قرار می‌گیرد و طرح‌های جذب منابع و تخصیص منابع مورد بررسی قرار می‌گیرد که باید از منظر شرعی تایید شود.

ایران در تامین مالی بین کشورهای اسلامی در رتبه سوم ایستاد

به گفته وزیر اقتصاد، اوایل دهه ۹۰ در بحث تامین مالی اسلامی فاصله کمی با کشورهای اسلامی داشتیم، در حال حاضر نیز رتبه سوم را داریم اما با چندین سال رکود و عقب‌افتادگی در ابزارها و نهادها مواجه بودیم. «احسان خاندوزی» در نهمین همایش مالی اسلامی با محوریت توسعه صنعت مالی اسلامی با تاکید بر مهار تورم و رشد تولید بیان کرد: از یک ماه دیگر برنامه هفتم توسعه آغاز می‌شود و هر چقدر در برنامه ششم از شمول برنامه و عدالت اقتصادی کوتاهی شد باید در برنامه هفتم جبران شود. در ابتدای دهه ۹۰ وقتی در بحث تامین مالی اسلامی، خود را با اقتصاد کشورهای اسلامی مقایسه می‌کردیم فاصله کمی بین ما و آنها وجود داشت. در حال حاضر نیز با توجه به گزارشات سال ۲۰۲۳ ایران در رتبه سوم کشورهای اسلامی قرار دارد. او در پایان ابراز امیدواری کرد تا پایان فروردین ماه نتایج نهایی درخصوص موضوعات مالی اسلامی از طریق نهادهای پژوهشی کشور ارائه و در اردیبهشت ماه منتشر شود.

بانک‌های دولتی تجاری، سرآمد وام‌های کلان بلندمدت هستند

عملکرد تسهیلاتی بانک‌ها در پایان پاییز

تا پایان پاییز ۱۴۰۲ در میان ۲۴ بانکی که آمار آنها منتشر شده، بیشترین سهم تسهیلات غیرجاری برای بانک‌های دولتی تجاری و بیشترین سهم تسهیلات پرداخت شده به اشخاص مرتبط برای موسسات اعتباری غیربانکی بوده است. تسهیلات کلان غیرجاری و تسهیلات اعطاشده به اشخاص مرتبط، دو نوع مهم از تسهیلات بانکی هستند که ارقام آنها می‌تواند عملکرد بانک‌ها را نشان دهد. منظور از تسهیلات کلان غیرجاری، وام‌های درشتی است که دو ماه یا بیشتر از تاریخ سررسید آنها گذشته اما بازپرداخت نشده است. منظور از تسهیلات اشخاص مرتبط، وام‌هایی است که به اشخاص یا بنگاه‌های مرتبط با بانک پرداخت می‌شود. انباشت تسهیلات کلان غیرجاری، بانک‌ها را در خطر ورشکستگی قرار می‌دهد و پرداخت بیش از حد تسهیلات به اشخاص مرتبط، تعارض منافع و رانت به وجود آورده و منافع سپرده‌گذاران را به خطر می‌اندازد.

در این گزارش، آمار این دو نوع تسهیلات در ۲۴ بانک و موسسه اعتباری کشور به تفکیک بانک‌های دولتی تجاری، دولتی تخصصی و توسعه‌ای و غیردولتی تجاری در پاییز امسال بررسی شده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که بیشترین سهم خالص تسهیلات غیرجاری به کل خالص تسهیلات در بانک‌های دولتی تجاری و بیشترین سهم خالص تسهیلات به اشخاص مرتبط در موسسات اعتباری غیربانکی وجود داشته است.

به گزارش «اکوایران»، آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که در پاییز امسال مجموعا ۲ هزار و ۶۶۶ هزار میلیارد تومان تسهیلات جاری و غیرجاری از سوی ۲۴ بانک اعطا شده است. از این تسهیلات بخشی از آنها جاری و بخشی از آنها غیرجاری بوده است. تفاوت این دو در تاریخ سررسیدشان است تسهیلات جاری تاریخ سررسید کوتاهی دارند و باید به موقع بازپرداخت شوند؛ در حالی که تسهیلات غیرجاری سررسید دو ماه یا بیشتر دارند. در این فصل بیشترین سهم خالص تسهیلات غیرجاری مربوط به بانک‌های دولتی تجاری شامل بانک‌های سپه، مسکن و پست بانک بوده است. خالص تسهیلات پرداخت شده از سوی این بانک‌ها ۴۰۳ هزار و ۳۹۰ میلیارد تومان بوده که از این رقم ۱۲۲ هزار و ۹۶۰ میلیارد تومان یعنی ۳۰.۵ درصد غیرجاری بوده است بنابراین می‌توان گفت این بانک‌ها از نظر اعتبار و نقدینگی در ریسک بالاتری قرار دارند. همچنین سهم تسهیلات غیرجاری بانک‌های دولتی تخصصی و توسعه‌ای شامل بانک‌های کشاورزی، توسعه تعاون و توسعه صادرات برابر با ۲۷.۱ درصد بوده است. در این بانک‌ها ۲۸۴ هزار میلیارد تومان تسهیلات جاری و غیرجاری پرداخت شده که ۷۷ هزار میلیارد تومان آن غیرجاری بوده است.

بانک‌های غیردولتی تجاری شامل ۱۷ بانک تجارت، گردشگری، پارسیان، دی، ایران زمین، اقتصاد نوین، آینده، سرمایه، سامان، صادرات، ملت، رفاه کارگران، شهر، پاسارگاد، خاورمیانه و سینا با ۲۱ درصد سهم تسهیلات غیرجاری در رده بعدی قرار گرفتند. در این بانک‌ها یک هزار و ۹۱۳ هزار میلیارد تومان تسهیلات جاری و غیرجاری پرداخت شده که ۴۱۲ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان آن از نوع غیرجاری بوده است. همچنین در موسسات اعتباری غیربانکی غیردولتی شامل موسسه ملل نیز ۴۶ هزار و ۷۲۰ میلیارد تومان تسهیلات پرداخت شده که از این مقدار، ۱۱ درصد آن برابر با ۵ هزار و ۵۸۰ میلیارد تومان با سررسید بیش از دو ماه یا به اصطلاح غیرجاری بوده است، اما در تسهیلات اشخاص مرتبط اوضاع بانک‌ها متفاوت بوده و موسسات اعتباری بیشترین سهم پرداخت این نوع تسهیلات را داشته‌اند. براساس این گزارش، تسهیلات به اشخاص مرتبط شاخصی از سلامت عملکرد بانک‌هاست. بانک مرکزی قوانینی وضع کرده تا بانک‌ها نتوانند از حدی بیشتر به اشخاص مرتبط با خود تسهیلات بدهند تا از ایجاد تعارض منافع و رانت جلوگیری شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد در پاییز امسال موسسات اعتباری غیربانکی غیردولتی با ۶۲ درصد سهم از کل تسهیلات پرداخت شده به اشخاص مرتبط بدترین عملکرد را در این مورد داشته‌اند. در این نوع بانک ۲۹ هزار و ۶۰ میلیارد تومان تسهیلات به اشخاص مرتبط با بانک پرداخت شده است. بانک‌های دولتی تخصصی و توسعه‌ای با ۲۹ هزار و ۵۲۹ میلیارد تومان که ۱۰ درصد از کل تسهیلات پرداختی آنها را تشکیل می‌دهد، در رده دوم قرار گرفته‌اند. در رده سوم نیز بانک‌های غیردولتی تجاری قرار دارند. این بانک‌ها در مجموع ۱۹۳ هزار و ۶۷۰ میلیارد تومان تسهیلات به اشخاص مرتبط پرداخت کرده‌اند که ۱۰ درصد از کل تسهیلات جاری و غیرجاری آنها را شامل می‌شود. در بانک‌های دولتی تجاری نیز سهم پرداخت تسهیلات به افراد مرتبط ۰.۲ درصد بوده و این بانک‌ها مجموعا ۶۷۰ میلیارد تومان تسهیلات به اشخاص مرتبط داشته‌اند.

آگهی نقل و انتقال شناورهای باری

P.M.O

نوبت سوم

شناسه آگهی ۱۶۶۳۷۹۱

به استناد سند شماره ۴۵۲۶۶ شناسه ۱۴۰۲۱۱۴۵۳۹۱۷۰۰۰۰۰۵ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۰۴ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳۳۰ آبادان آقای عیسی خلیفاوی به شماره ملی ۵۸۵۹۸۵۸۴۶۹ و رضا محمدی نژاد با شماره ملی ۱۸۸۰۶۸۶۸۷۲ و عبدالمجید شباکی بشماره ملی ۱۷۵۳۳۹۰۶۵۶، نسبت به انتقال چهار دانگ یک فروند شناور بشماره ثبت ۱۶۵۹۷ – بوشهر به آقای منصور خلیفاوی با شماره ملی ۵۸۵۹۲۶۳۲۵۲ اقدام نموده اند. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

به استناد سند شماره ۱۴۸۵۸۴ شناسه ۱۳۹۵۱۱۴۵۶۷۲۴۰۰۰۰۱۱ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۰۸ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳ بندر بوشهر، شرکت تجارت گستر مریان با شناسه ملی ۱۰۱۰۳۳۷۸۹۰۶ نسبت به انتقال شش دانگ یک فروند شناور یدک کش بشماره ثبت ۱۰۶۰ – بوشهر به شرکت تعاونی اعتبار صالحین خراسان با شناسه ملی ۱۰۳۸۰۲۷۸۵۴۲ (شش دانگ) اقدام نموده است. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

به استناد سند شماره ۴۷۰۳۰ شناسه ۱۴۰۲۱۱۴۵۱۰۰۸۰۰۰۲۷۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۷ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۶۴ بندر لنگه ، آقای مرتضی حلافی با شماره ملی ۳۴۳۰۰۶۶۹۹۹ و آقای عبداله حلافی بشماره ملی ۴۴۸۹۷۸۸۴۸۷ و صالح گلبت بشماره ملی ۳۴۴۱۰۲۵۹۱۱ نسبت به انتقال شش دانگ مشاع یک فروند شناور باری به شماره ثبت ۱۷۷۰۷ - بوشهر به قاسم عسکری شریفی با شماره ملی ۵۸۵۹۳۲۷۲۴۲ نسبت به ۱ دانگ و عبدعلی عسکری شریفی به شماره ملی ۵۸۵۹۲۴۷۳۰۳ نسبت به ۳/۵ دانگ و محمد عسکری شریفی به شماره ملی ۳۵۶۰۱۳۵۵۱۶ نسبت به ۱/۵ دانگ اقدام نموده اند. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

به استناد سند شماره ۴۳۲۱۸ شناسه ۱۴۰۱۱۱۴۵۱۰۱۹۰۰۰۰۱۷ مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۶ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۸۵ بندرعباس، آقای عباس منصوری با شماره ملی ۵۱۵۹۰۵۲۰۸۹ نسبت به انتقال شش دانگ یک فروند شناور بشماره ثبت ۱۷۶۷۴ – بوشهر به آقای سید حسین امیرامجدی با شماره ملی ۲۶۴۹۸۵۰۰۷۸ (شش دانگ) اقدام نموده اند. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

به استناد سند شماره ۷۳۵۷۹ شناسه ۱۴۰۲۱۱۴۵۶۸۵۶۰۰۰۰۱۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۱ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۴۳ کنگان، آقای مجید کردوانی با شماره ملی ۱۸۲۸۵۵۱۹۹۶ و عارف افتخاری بشماره ملی ۳۴۵۹۸۱۳۸۶۵ نسبت به انتقال شش دانگ مشاع یک فروند شناور باری به شماره ثبت ۱۸۴۰۲ – بوشهر به آقای محمد نجفی بشماره ملی ۳۵۶۰۱۴۶۷۴۷ نسبت به ۰/۷۵ دانگ احمد نجفی با شماره ملی ۳۵۶۰۰۸۸۴۰۲ نسبت به ۰/۷۵ دانگ و خانم مریم محمدزاده بشماره ملی ۳۵۶۹۷۹۱۶۸۸ نسبت به ۲/۲۵ دانگ و سکینه زارعی به شماره ملی ۳۵۶۹۶۳۷۹۲۱ نسبت به ۲/۲۵ دانگ اقدام نموده اند. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

به استناد سند شماره ۲۵۵۳۱۶ شناسه ۱۴۰۲۱۱۴۵۶۷۲۳۰۰۰۱۲۰ مورخ ۱۴۰۲/۷/۱۹ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۲ بوشهر آقای اکبر آب خو با شماره ملی ۳۵۰۱۳۵۹۳۸۱ نسبت به انتقال شش دانگ مشاع یک فروند شناور باری به شماره ثبت ۱۷۲۲۶ – بوشهر به آقای شرکت زمرد شناور لیان با شناسه ملی ۱۰۹۶۰۰۳۰۱۲۷ اقدام نموده اند. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

به استناد سند شماره ۱۸۹۵۸۰ شناسه ۱۳۹۹۱۱۴۵۶۳۹۲۰۰۰۱۴۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۸/۲۱ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳۴ آبادان آقای سلمان منصوری با شماره ملی ۳۵۴۹۷۵۱۴۸۶ نسبت به انتقال سه دانگ مشاع یک فروند شناور باری به شماره ثبت ۱۵۸۲۹ – بوشهر به غلامحسین منصوری با شماره ملی ۳۵۳۹۲۴۳۶۹۰ اقدام نموده اند. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۱/۲۵ | تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۲/۰۵ | تاریخ انتشار نوبت سوم: ۱۴۰۲/۱۲/۱۵

خبرنامه

با وجود تمدید توافق اوپک پلاس برای کاهش تولید

قیمت نفت کاهش یافت

قیمت نفت با وجود توافق گروه نفتی اوپک پلاس برای تمدید کاهش تولید داوطلبانه تا سه ماهه دوم سال جاری در تلاش برای حمایت از ثبات کوتاه‌مدت بازارهای نفت، کاهش یافت. شاخص جهانی برنت در جریان معاملات روز دوشنبه و پس از توافق گروه اوپک پلاس برای تمدید کاهش تولید داوطلبانه، با ۰.۰۵ درصد کاهش به ۸۳.۵۲ دلار در هر بشکه رسید؛ درحالی‌که معاملات آتی وست تگزاس اینترمدیت آمریکا با ۰.۱۹ درصد کاهش با رقم ۷۹.۸۲ دلار در هر بشکه معامله شد. اوپک پلاس روز یکشنبه اعلام کرد که کاهش تولید داوطلبانه ۲.۲ میلیون بشکه‌ای در روز که برای سه ماهه اول سال جاری برنامه‌ریزی‌شده بود، در سه ماهه آینده نیز ادامه خواهد داشت. خبرگزاری دولتی عربستان سعودی روز یکشنبه اعلام کرد که این کشور کاهش داوطلبانه یک میلیون بشکه‌ای در روز خود را تا پایان سه ماهه دوم سال جاری تمدید خواهد کرد. تولید نفت خام ریاض تا پایان ژوئن در حدود ۹ میلیون بشکه در روز خواهد بود. همچنین روسیه به عنوان یکی دیگر از کشورهای سنگین‌وزن اوپک پلاس، تولید و صادرات خود را تا پایان ژوئن مجموعا ۴۷۱ هزار بشکه در روز کاهش خواهد داد. مسکو داوطلب شده بود تا عرضه خود را به میزان ۵۰۰ هزار بشکه در روز در سه ماهه اول کاهش دهد. سایر تولیدکنندگان کلیدی عراق و امارات نیز کاهش تولید داوطلبانه خود را تا پایان سه ماهه دوم به ترتیب ۲۲۰ هزار بشکه در روز و ۱۶۳ هزار بشکه در روز تمدید خواهند کرد. ریستاد انرژی، یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های تحلیل بازار نفت در جهان گفت که این اقدام جدید اوپک پلاس به‌وضوح نشان‌دهنده وحدت قوی در داخل این گروه است؛ موضوعی که پس از نشست وزرای ماه نوامبر که در پی آن آنگولا از اوپک خارج شد، زیر سؤال رفت. به گفته معاون ارشد این شرکت، این تمدید نشان‌دهنده عزم قوی اوپک برای دفاع از کف قیمتی بالای ۸۰ دلار در هر بشکه در سه ماهه دوم است و افزود که اگر اوپک پلاس به‌سرعت کاهش تولید را عملی کند، قیمت نفت در ماه مه به ۷۷ دلار در هر بشکه کاهش خواهد یافت. با وجود کاهش عرضه اوپک پلاس به دلیل حملات مداوم دریایی به محموله‌های نفتی در دریای سرخ و خطرات ژئوپلیتیکی ادامه‌دار ناشی از جنگ رژیم صهیونیستی علیه حماس، قیمت نفت از ابتدای سال جاری در محدوده ۷۵ تا ۸۵ دلار در هر بشکه کاهش یافته است.

بالاخره میزان مالیات میلیاردرها مشخص می‌شود؟

حداقل مالیات برای ۳ هزار میلیاردر

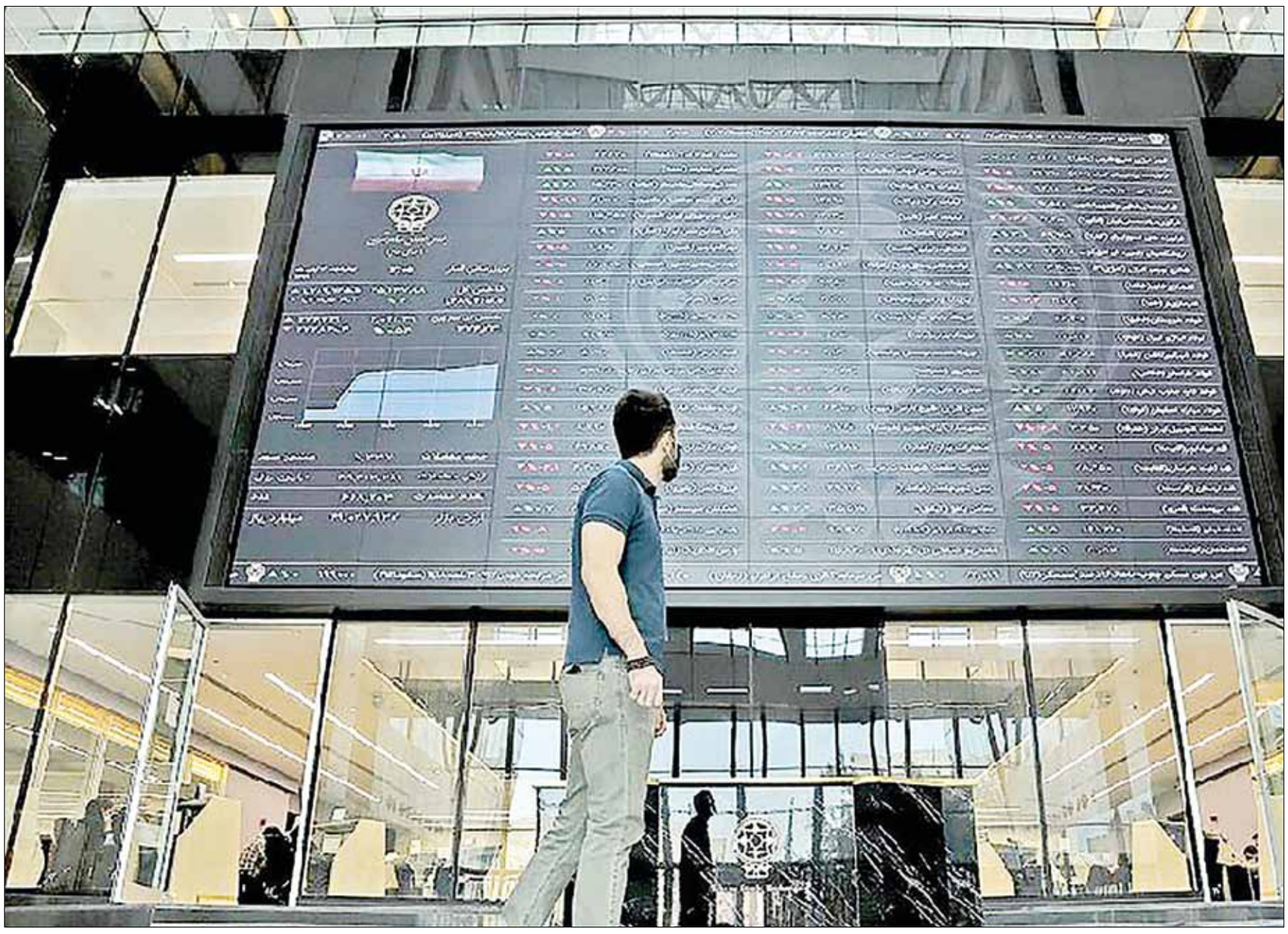
رهبران جهان در برزیل راه‌حل‌هایی را برای فرار مالیاتی ابرثروتمندان بررسی کردند. به گزار «ایسنا»، گروه ۲۰، از قدرتمندترین کشورهای جهان، در حال بررسی طرح‌هایی برای حداقل مالیات جهانی ۳ هزار میلیاردر جهان هستند، این امر با هدف پایان دادن به «رقابت بر سر پایین‌ترین قیمت» است که به ابرثروتمندان امکان می‌دهد کمتر از بقیه جمعیت مالیات پرداخت کنند. رهبرانی که در سائوپائولو برای نشست مهم وزرای دارایی و روسای بانک‌های مرکزی گروه ۲۰ گردهم آمدند، بحث در مورد مساعدت توافق‌شده بین‌المللی درباره مالیات افراد ثروتمند، در بحبوحه افزایش همکاری جهانی برای مقابله با فرار مالیاتی را مطرح کردند. این طرح، قبل از اجلاس سران جهان در ریودوژانیرو در پاییز، تحت ریاست برزیل با هدف توسعه همکاری‌هایی مطرح شد که منجر به حداقل مالیات جهانی ۱۵ درصدی بر شرکت‌های چندملیتی می‌شود و در ژانویه اجرایی شد. وزیر دارایی برزیل، فرناندو حداد، در دولت چپ‌گرای رئیس‌جمهور، لوئیز ایناسیو لولا داسیلوا، بر اتخاذ این سیاست اصرار دارد. برونو لومر، وزیر دارایی فرانسه نیز حمایت خود را اعلام کرد و گفت اروپا باید آن را پیش ببرد. در حال حاضر ثروتمندترین افراد می‌توانند از پرداخت مالیاتی برابر با سایر افرادی که کمتر ثروتمند هستند، اجتناب کنند. ما می‌خواهیم از چنین بهینه‌سازی مالیاتی جلوگیری کنیم. ما از اروپا می‌خواهیم که ایده حداقل مالیات افراد را در سریع‌ترین زمان ممکن پیش ببرد و فرانسه در خط مقدم خواهد بود.

رصدخانه مالیات اتحادیه اروپا، اندیشکده مستقر در پاریس به رهبری زوکمن، سال گذشته در گزارشی مکانیسم را برای مالیات بر ثروت جهانی ارائه کرد. این قانون خواستار وضع مالیات سالانه ۲ درصدی بر ثروت ثروتمندترین افراد جهان به‌عنوان نقطه شروع برای حداقل مالیات جهانی شد. تخمین زده می‌شود که این اقدام می‌تواند سالانه ۲۵۰ میلیارد دلار (۱۹۷ میلیارد پوند) از ۲۷۵۶ میلیاردر معروف که در مجموع ۱۳ تریلیون دلار ثروت دارند، جمع‌آوری کند. این ایده براساس توافقنامه سال ۲۰۲۱ بین ۱۴۰ کشور برای اعمال حداقل نرخ مالیات جهانی ۱۵ درصد بر بزرگ‌ترین شرکت‌های چندملیتی است. زوکمن گفت که مذاکرات گروه ۲۰ آغاز گفت‌وگو را رقم خواهد زد. در فرآیندی که ممکن است سال‌ها طول بکشد، باید جزییات مختلفی در مورد نحوه عملکرد مالیات بر ثروت بین کشورها بررسی شود. حداقل مالیات شرکتی جهانی با حرکت به نسبت محدودی تا انتخاب رئیس‌جمهور ایالات متحده، جو بایدن، که از این سیاست دفاع می‌کرد، یک دهه به طول انجامید تا معرفی شود. به گفته زوکمن، ایده این است که ما با شرکت‌های چندملیتی، با گذاشتن کفی برای نرخ‌های مؤثر مالیاتی آنها، توانسته‌ایم به آن دست یابیم، ما باید همین کار را برای افراد فوق‌ثروتمند انجام دهیم. در حال حاضر، هیچ کاری در آن فضا انجام نمی‌شود، از جمله حداقل مالیات هماهنگ‌شده از افراد و به‌ویژه افراد بسیار ثروتمند اما این آغاز گفت‌وگو است.

با استفاده از شرکت‌های هلدینگ، اتحادیه شرکت‌های برون‌مرزی و سایر ساختارهای میانی، بیشتر میلیاردرها می‌توانند نسبت به بقیه مردم نرخ بسیار پایین‌تری نسبت به درآمد خود بپردازند. دیده‌بان مالیات اتحادیه اروپا، که توسط اتحادیه اروپا تامین مالی می‌شود، تخمین می‌زند که آنها معادل صفر-۰.۵ درصد از دارایی خود را مالیات بر درآمد شخصی می‌پردازند. در کشورهایی ازجمله بریتانیا، فرانسه، ایالات متحده و برزیل، فوق‌ثروتمندان نرخ مالیات مؤثر کمتری نسبت به میانگین کارگران پرداخت می‌کنند، براساس تحقیقات آکسفام، کشورهای گروه ۲۰ کانون حدود چهار نفر از پنج میلیاردر جهان هستند. فعالان عدالت مالیاتی، مذاکرات در برزیل را به‌عنوان یک لحظه مهم توصیف کرده‌اند. سوزانا رویز، رهبر سیاست مالیاتی آکسفام، خاطرنشان کرد: تنها در دستور کار قرار دادن این موضوع در گروه ۲۰ گامی تاریخی است. فرناندو حداد در افتتاحیه این گردهمایی از همتایان خود خواست تا متحد شوند؛ ما باید اطمینان حاصل کنیم که میلیاردرهای جهان سهم عادلانه خود را در مالیات پرداخت می‌کنند. او طی سخنرانی که توزیع نابرابر ثروت را به سیاست‌های اقلیمی مرتبط کرد، گفت که هر دو موضوع باید با هم حل شوند. ما به وضعیت ناپایداری رسیده‌ایم که در آن یک درصد افراد ثروتمند، ۴۳ درصد از دارایی‌های مالی جهان را در اختیار دارند و به اندازه دو سوم فقیرترین انسان‌ها کربن منتشر می‌کنند. با این حال، این بحث در یک زمان حساس، با شکست پیوسته همکاری بین قدرت‌های جهانی و بی‌میلی در برخی کشورها برای اعمال مالیات‌های بالاتر، مطرح می‌شود. در بریتانیا، حزب کارگر هرگونه مالیات جدید بر ثروت را در صورت انتخاب شدن به قدرت رد کرده است. چندین کشور هنوز در حال تصویب این توافق بر سر حداقل مالیات شرکت‌های جهانی هستند؛ از جمله ایالات متحده، جایی که در میان مخالفان جمهوری‌خواه، از حمایت سنا برخوردار نیست، در حالی که این طرح، خطر از دست دادن حمایت سیاسی در چندین حوزه قضایی مهم دیگر را به‌دنبال دارد.

روند صعودی بازار سهام به چهارمین روز نرسید

تعدیل زودهنگام در بورس تهران



فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در دو روز ابتدایی این هفته، رشد قابل توجهی را تجربه کرد، اما این روند صعودی بورس دوامی نداشت و دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در سومین روز هفته با افت ۶ هزار واحدی تا سطح ۲ میلیون و ۱۴۰ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. روند خروج حقیقی‌ها نیز بار دیگر از سر گرفته شد و در جریان دادوستدهای روز گذشته، ۲۶۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. بدین ترتیب، بازار سهام پس از سه روز صعودی مجددا نزولی شد و شاخص کل بورس که در دو روز ابتدای هفته بیش از ۹۰ هزار واحد اوج گرفته بود، دیروز با افت ۶ هزار و ۹۱۵ واحدی در ارتفاع ۲ میلیون و ۱۴۰ هزار و ۱۷۳ واحد ایستاد. همگام با افت شاخص کل بورس، شاخص کل هم‌وزن نیز ۴ هزار و ۴۳۸ واحد ریزش کرد و در میانه تراز ۷۳۵ هزار واحدی قرار گرفت. در آن سوی بازار سهام نیز شاخص کل فرابورس با ۱۷۶ واحد کاهش مواجه شد و به سطح ۲۵ هزار و ۴۰ واحد رسید. شاخص هم‌وزن فرابورس هم با افت هزار و ۸۹۸ واحد به سطح ۱۳۵ هزار و ۵۸۶ واحد رسید.

پس از دو روز ورود پول حقیقی در ابتدای هفته جاری متاسفانه بار دیگر جریان خروج سرمایه حقیقی برقرار شد و در معاملات روز دوشنبه، ۲۶۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد خودرو بیشترین خروج پول حقیقی را در این روز به میزان ۳۱ میلیارد تومان به خود اختصاص داد و نمادهای خگستر، ذوب، خساپا و ورنا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین خروج پول حقیقی جای گرفتند.

خروج سرمایه از خودرویی‌ها

در جریان معاملات روز دوشنبه ۱۴ اسفندماه، شاخص کل بورس، ۶ هزار و ۹۱۵ واحد نسبت به روز کاری گذشته پایین‌تر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۱۴۹ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۴ هزار و ۴۳۸ واحدی در رقم ۷۳۵ هزار و ۷۹۱ واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با افت ۱۷۶ واحدی به رقم ۲۵ هزار و ۴۰ واحد و شاخص هم‌وزن فرابورس با کاهش هزار و ۸۹۸ واحد به سطح ۱۳۵ هزار و ۵۸۶ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار منفی شد و ۲۶۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد خودرو بیشترین خروج پول حقیقی را به ارزش ۳۱ میلیارد تومان داشت. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای پارسیان، فخاس، وپارس، ژاگرس و بفجر تعلق داشت. نمادهای فولاد، وبملت و فملی از جمله نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. نمادهای خودرو، مبین و بفجر نیز از جمله نمادهای سبزی بودند که اثر مثبت بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای آریان، زاگرس و بساما بیشترین اثر کاهنده را بر شاخص داشتند و نمادهای تجلی، تماوندن و بساما با بیشترین اثر افزایشی بر شاخص کل فرابورس همراه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد خودرو بیشترین تراکنش را داشت و خگستر و خساپا در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز آردینه، بیوتیک و فنر بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۳۱۳ هزار و ۷۷۲ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۳۰۳ هزار و ۴۹۸ میلیارد تومان بود که ۹۷ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۱۴ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۶ هزار و ۸۷ میلیارد تومان رسید. نماد خودرو بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را با رقم ۴۱۰ میلیارد تومان به خود اختصاص داد. خگستر، وپارس، ورنا و خساپا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام خودرو با تعداد یک میلیارد و ۴۴۵ میلیون و ۶۴۹ هزار و ۱۵۱ سهم در صدر قرار گرفته است. در پایان معاملات دوشنبه، ۴۲ نماد صف خرید داشتند و ۶۵ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۶۷ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۱۰۴ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با افزایش ۱۷ درصدی به ۲۸۶ میلیارد تومان رسید.

توقف پس از رشد ۹۰ هزار واحدی

شاخص کل بورس تهران پس از رشد ۹۰ هزار واحدی در دو روز ابتدایی هفته، دیروز عقب نشست و با افت ۶ هزار واحدی به عدد ۲ میلیون و ۱۴۰ هزار واحد رسید تا بازار بورس و اوراق بهادار با این رشدهای چند روز اخیر به ابتدای زمستان بازگردد. به نظر می‌رسد هرچه شاخص در این روزها رویه مناسب و رخ مثبتی را به خود بگیرد تنها افت‌های خود را جبران کرده است؛ با این تفاوت که زمان و تورم را هم نتوانسته جبران کند. برای جبران این افت‌ها، شاخص کل باید در مدت زمان کمتر، مسافت بیشتری را به عنوان رشد به خود ببیند. این در حالی است که قیمت دلار در بازار آزاد که مسئولان آن را قبول ندارند، در روزهای اخیر صعودی بوده است. بازار رمزارز نیز با پرچمداری بیت‌کوین، رقمی بیش از ۶۵ هزار دلار را به خود گرفته است تا کسانی که از بازار سرمایه خارج شده و به این بازار کوچ کرده‌اند احساس رضایت بیشتری را نسبت به این تصمیم خود داشته باشند. نماد خودرو و مبین از جمله نمادهایی بودند که بیشترین تاثیر مثبت را روی شاخص کل داشتند. ایران خودرو با ارزش معاملاتی ۴۱۰ میلیارد تومانی به تنهایی بار بیشتری از ارزش معاملات را به دوش کشید و با حجمی بیش از ۱.۴ میلیارد برگ سهم ارزش معاملاتی این گروه را به رقم یک هزار و ۱۶۹ میلیارد تومان برساند که این رقم در مقایسه با ارزش معاملاتی گروه بانکی که در رتبه برتر ارزش معاملاتی روز دوشنبه قرار گرفته، فاصله معناداری را نشان می‌دهد. بانکی‌ها با ارزش معاملاتی در حدود ۳۲۸ میلیارد تومان در جایگاه دوم و فلزات اساسی با ارزش معاملاتی بیش از ۳۲۵ میلیارد تومان در جایگاه سوم قرار گرفتند.

ارزش بازار بورس تهران در جریان معاملات این روز روی عدد ۷ هزار و ۴۲۴ همتی ایستاد و شاخص کل نیز پس از رشد بیش از ۹۰ هزار واحدی ظرف دو روز کاری با افت ۶ هزار واحدی مواجه شد. البته خیلی از فعالان بازار، این موضع را طبیعی می‌دانند که پس از رشدهای سنگین یا به طور عکس افت‌های سنگین، برگشت‌های کوچکی وجود دارد اما باید دید که روند بازار می‌تواند همچنان ادامه داشته باشد یا نه؟ از منظر تکنیکالی شاخص کل بورس در محدوده میانگین‌های ۵۵ روزه و ۲۰۰ روزه خود قرار دارد و برای عبور از این مقاومت‌ها که خود نشانه‌ای خوب و کلاسیک برای تغییر جهت بازار است به انرژی به نام ارزش معاملات بالا نیاز دارد.

چالش پیش روی بانک مرکزی

خبرهای مثبت از سایپا و ایران‌خودرو به داد بورس رسید و بازار سرمایه را بالا کشید، انباشت تقاضای نقدینگی در میان شرکت‌ها و تولیدکنندگان، چالش پیش‌روی بانک مرکزی است. گروه خودروسازی علی‌الخصوص ایران‌خودرو و سایپا، لیدرهای سنتی بازار سرمایه هستند و بد و خوب این دو نماد می‌تواند بر کلیت بازار اثرگذار باشد. کلیت بازار هم غالبا با این دو نماد همراه می‌شود. زیان سنگینی که قیمت‌گذاری دستوری و البته ناکارآمدی خودشان، به این دو شرکت تحمیل کرده است باعث شده هر دو مشمول ماده ۱۴۱ قانون ورشکستگی قرار بگیرند. حال با عبور از پیچ انتخابات، خبرها و توصیه‌ها درباره افزایش سرمایه از تجدید ارزیابی دو شرکت به گوش می‌رسد. ابتدای هفته نامه‌ای منتشر شد که در آن دیوان محاسبات از وزارت اقتصاد خواستار تسهیل مجوز تجدید ارزیابی دارایی‌های ایران خودرو و سایپا شد. حال اگر تجدید ارزیابی عملیاتی شود پرونده دریافت تسهیلات این دو شرکت باز خواهد شد.

سیاست مالی انبساطی و سیاست پولی انقباضی، عاملی است که به نظر می‌رسد باعث کاهش سهم سرمایه‌گذاری بانکی (اعطای تسهیلات) در کشور شده است. حجم دلاری نقدینگی براساس گزارش آخر دی‌ماه در کانال ۱۴۰ میلیارد دلاری قرار دارد که این رقم کمتر از نصف حجم دلاری نقدینگی در پیش از خروج آمریکا از برجام در سال ۱۳۹۶ است. این مقایسه یک نکته مهم از وضعیت اقتصادی را روشن می‌کند که برخلاف آنچه تصور می‌شود، پس از خروج آمریکا از برجام و تغییر انتظارات در بازار ارز، اگرچه نقدینگی ریالی افزایش یافته ولی حجم دلاری نقدینگی بسیار محدود شده است. این اعداد نشان می‌دهد که اهرم انتظارات همین نقدینگی اندک بازار را در این مدت به سمت بازارهای سفته‌بازانه مانند طلا، ارز، مسکن و خودرو و... هدایت کرده است. ولی در نقطه مقابل فعالان اقتصادی بخش تولید و صاحب نظران اقتصادی از کمبود شدید نقدینگی در شرکت‌ها و فعالیت‌های تولیدی به عنوان مشکل اصلی بخش تولید کشور سخن می‌گویند. در چنین شرایطی باید دید که بانک مرکزی با تقاضای انباشته نقدینگی شرکت‌ها چه برخوردی خواهد کرد. تامین تمام نقدینگی موردنیاز شرکت‌ها باعث افزایش نقدینگی ریالی خواهد شد و در مقابل عدم رسیدگی به شرکت‌ها هم کشور را بیشتر به درآمدهای نفتی وابسته کرده و بخش غیرنفتی اقتصاد را ضعیف می‌کند. در چنین شرایطی مدیریت بانک مرکزی بر بازارها اهمیت دارد؛ اینکه چطور هم به تقاضای فزاینده نقدینگی شرکت‌ها پاسخ دهد و هم با توجه به تقویت تقاضای سفته‌بازانه در سال‌های اخیر، رشد محدود نقدینگی ریالی را محدود کند.

دلال‌هایی که بیشتر خریدار هستند تا فروشنده

هرج و مرج در فردوسی

قیمت دلار که در تلاش برای ثبات در ماه پایانی سال بود، ناکام در رسیدن به این هدف، با افزایش قیمت نسبت به روزهای گذشته، در بازار آزاد تا ۶۰ هزار تومان هم بالا رفت تا دلالان فردوسی، خریدار این هرج و مرج باشند. به گزارش «ایسنا»، قیمت دلار که پاییز را در آرامش سپری کرده بود، در زمستان با توفان روبه‌رو شد. این ارز حتی در روزهای ابتدایی پاییز در محدوده ۴۹ هزار تومان بود و در حالی‌که به‌دنبال درگیری‌ها بین حماس و رژیم صهیونیستی تا ۵۲ هزار تومان هم بالا رفت و روند نسبتا صعودی خود را تا نیمه‌های آبان هم ادامه داد؛ در نهایت تا پایان آبان، روند نزولی به خود گرفت و آذرماه هم بار دیگر از ۵۰ هزار تومان به کانال ۴۹ هزار تومان برگشت. با این وجود دی، ماه آرامی برای دلار نبود؛ حمله موشکی ایران به تروریست‌های پاکستان، ناآرامی‌ها در یمن و حمله به نظامیان آمریکا در اردن، ثبات را از بازار ارز گرفت تا جایی‌که به‌دنبال افزایش نرخ ارز در زمستان، قیمت دلار در بهمن ماه تا ۵۹ هزار تومان هم پیش رفت و حتی در مقاطعی به ۶۰ هزار تومان هم رسید. البته روند صعودی دلار در بهمن‌ماه ادامه‌دار نبود؛ به‌طوری که از ۱۴ بهمن ماه، قیمت دلار نزولی شده و تا میانه بهمن‌ماه به ۵۵ هزار تومان بازگشت. همچنین در روزهای پس از آن هم دلار در همین محدود ۵۵ هزار تومان ثبات داشت اما با آغاز اسفند، بار دیگر صعودی شد؛ تا جایی که از هفته گذشته از کانال‌های ۵۷ و ۵۸ هزار تومان هم عبور کرد و در ابتدای هفته جاری تاکنون بار دیگر در بازار آزاد به ۶۰ هزار تومان هم رسید. گزارش‌های میدانی «ایسنا» از بازار ارز در میدان فردوسی نشان می‌دهد که برخلاف هفته گذشته، دلال‌ها تمایلی برای فروش ندارند. قیمت فروشی که از سوی دلال‌ها ارائه می‌شود، در محدوده ۵۹ هزار تومان تا ۶۰ هزار تومان است اما وقتی تمایل به خرید را ببینند، می‌گویند فعلا دلاری در بساط‌شان نیست؛ در مقابل قیمت خرید هم ۵۹ هزار تومان است و دلال‌هایی که می‌گویند در این بازار کسی فروشنده نیست، خود را طالب خرید نشان می‌دهند. در این میان صرافی بانک‌ها و شعبه‌های ارزی که دلار دولتی می‌دهند، با هجوم مردم مواجه است و البته مشاهدات و پرس‌وجو از مردمی که برای خرید آمدند هم نشان می‌دهد که روز دوشنبه سیستم‌های بانکی این صرافی‌ها با اختلال مواجه بوده و آنها که برای‌شان پیامک آمده هم نتوانستند دلار مورد نیازشان را بخرند. هرچند که نظرات در میدان فردوسی متفاوت است. یکی از دلال‌ها می‌گوید که اگر قصد فروش داری، الان زمان مناسبی است و قیمت دلار به بالاترین حد این طرف سال رسیده و در روزهای آینده پایین خواهد آمد؛ دیگری می‌گوید که امروز و فردا فرقی نمی‌کند و این ارز روندی صعودی به خود گرفته؛ در نهایت البته هیچ کدام‌شان خبر از فردای بازار ارز ندارند و شاید فقط برای گرم نگه داشتن بازار، تحلیل و پیش‌بینی ارائه می‌دهند.

با وجود این، روند قیمت‌ها در مرکز مبادله ارز و طلای ایران، بی‌تفاوت به نرخ ارز آزاد است، به‌طوری که اسکناس دلار در معاملات روز گذشته این مرکز با ثبات نسبت به روز قبل به قیمت ۴۲ هزار و ۹۲۰ تومان بوده و حتی اسکناس یورو با کاهش نسبت به روز یکشنبه، با قیمت ۴۶ هزار و ۴۴۵ تومان معامله شد. قیمت دلار حواله نیز ۳۹ هزار و ۸۶۴ و یورو حواله نیز ۴۳ هزار و ۱۳۸ تومان بود. گفتنی است افزایش نرخ دلار به زعم کارشناسان به عوامل اقتصادی برنمی‌گردد و عمدتا ناشی از انتظارات تورمی و بخشی هم نشأت گرفته از مسائل سیاسی است. در این میان بانک مرکزی اقداماتی برای تعادل بازار و تامین افزایش تقاضا انجام داده است؛ از قبیل اینکه میزان ارز مسافرتی را از ۵۰۰ به هزار یورو افزایش داده است. براساس این گزارش، قیمت سکه امامی در سایت اتحادیه طلا و جواهر در روز یکشنبه با کاهش ۵۰ هزار تومانی با رقم ۳۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان به فروش رسید. البته دو روز قبل، قیمت این فلز گرانبها تا ۳۴ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان هم بالا رفته بود. به گزارش «اکوایران»، روز یکشنبه مرکز مبادله ارز و طلای ایران میزبان برگزاری نخستین جلسه حراج سکه طلا بود، اما از همان دقایق نخست شروع حراج، سایت معرفی شده برای حراج سکه با اختلال همراه شد. طبق اعلام این مرکز از تعداد ۱۲ هزار و ۸۷۷ قطعه ربع سکه ثبت سفارش شده در سامانه، با توجه به کف قیمت تعیین شده توسط عرضه‌کننده، یک هزار و ۱۱۸ قطعه سکه با میانگین قیمت ۱۱ میلیون و ۵۴۸ هزار تومان به برندگان تخصیص داده شد. همچنین قرار است دومین حراج سکه طلای مرکز مبادله چهارشنبه ۱۶ اسفند برگزار شود.

داستان‌سرایی مشترک؛ تازه‌ترین ترند بازاریابی و برندینگ

نویسنده: علی آل‌علی

داستان‌ها قدرت جذب بی‌نهایت بالایی دارند. فرقی ندارد شما یک نوجوان پرشور باشید یا کسی که سال‌های میانی زندگی‌اش را پشت سر می‌گذارد، در هر صورت داستان‌ها کشش لازم برای همراه کردن شما را دارند. درست به همین خاطر در طول سده‌های متمادی صنعت چاپ رمان دائما سرپا بوده است. همین امر باعث شده خیلی از کارآفرینان از مدت‌ها قبل به فکر استفاده از ظرفیت داستان‌ها در دنیای بازاریابی و برندینگ بیفتند. خب وقتی داستان‌ها همینطور بی‌دردسر مردم عادی را به خود جلب می‌کند، چرا نباید از مزایای آن در دنیای کسب و کار سود برد؟

داستان‌سرایی استراتژی تازه‌ای در حوزه بازاریابی و برندینگ نیست. بسیاری از کسب و کارها دهه‌هاست از این استراتژی به خوبی استفاده می‌کنند. البته با گذشت زمان حتی بهترین استراتژی‌ها نیز گرد و قبار کهنگی را تجربه می‌کنند. این اتفاقی است که کمابیش برای داستان‌سرایی نیز رخ داده است. خب مردم در طول دهه‌های اخیر انواع و اقسام داستان برندها را شنیده‌اند. با این حساب نیاز به روح تازه‌ای برای اثرگذاری مجدد داستان‌ها بر روی مخاطب هدف وجود دارد.

ما در این مقاله قصد داریم نگاهی به استراتژی داستان‌سرایی مشترک بیندازیم. این استراتژی به شما کمک خواهد کرد تا به شیوه‌ای کاملا تازه سراغ مخاطب‌تان رفته و از مزایای متعددی استفاده کنید.

شاید در اولین نگاه داستان‌سرایی مشترک به همکاری میان دو یا چند برند برای طراحی داستانی جذاب اشاره داشته باشد. خب در این صورت شما نیمی از مسیر را با موفقیت طی کرده‌اید. با این حال هنوز وضعیت نیم دیگر ماجرا برای‌تان روشن نیست. خب شما می‌توانید از مشتریان‌تان نیز برای طراحی داستان‌های جذاب کمک بگیرید. اینطوری کارتان نه تنها ساده‌تر می‌شود، بلکه جذابیت بیشتری هم برای مخاطب خواهد داشت.

این روزها کاربران یا به طور دقیق‌تر مشتریان عاشق همراهی با برندها هستند. البته به شرط اینکه شما شرایط لازم برای این همراهی را فراهم سازید. خب با گذشت زمان انتظارات مشتریان از برندها بیشتر و بیشتر می‌شود. یکی از این انتظارات توانایی مشتریان برای اثرگذاری بر روی روند فعالیت یک برند است. اگر شما بتوانید در این رابطه خیال مشتریان‌تان را راحت کنید، اوضاع‌تان حسابی فرق خواهد کرد.

ما در این مقاله قصد داریم به شما کمک کنیم تا داستان‌سرایی را به شیوه‌ای مشترک جلو ببرید. این امر به شما برای اثرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. پس با ما همراه باشید تا یک بار برای همیشه نوع نگاه‌تان به عرصه داستان‌سرایی حسابی عوض شود.

استفاده از زاویه دید متفاوت

بازاریاب‌ها معمولا از زاویه دید خودشان برای داستان‌سرایی استفاده می‌کنند. این در حالی است که داستان‌سرایی مشترک با همراهی دیگران نیازمند توسعه دیدگاه‌هاست. شما نمی‌توانید به عنوان یک مدیر داستانی را طراحی کرده و انتظار داشته باشید همه بدون هیچ معطلی آن را تایید کنند. خب در دنیای واقعی اوضاع اصلا اینطوری پیش نمی‌رود. در عوض شما باید خودتان را برای همراهی با زاویه دید دیگران آماده سازید.

بی‌شک هر بازاریابی در طول دوران کاری‌اش از تکنیک‌ها و شیوه‌های مشخصی استفاده می‌کند. به همین خاطر همراهی با یک شیوه کاملا تازه معمولا برای بازاریاب‌ها لصلا راحت نیست. به همین خاطر به طور معمولا کسانی که دنبال تغییر نگرش‌شان به حوزه بازاریابی هستند، دردسرهای زیادی را پشت سر می‌گذارند.

وظیفه شما در این میان تقریبا روشن است. شما باید زاویه دید انعطاف‌پذیری در حوزه بازاریابی ایجاد کنید که علاوه بر مشتریان، برندهای دیگر را نیز درگیر سازد. اینطوری فرصت همکاری بر مدار ارزش‌های مشترک را خواهید داشت. بی‌شک برندهایی که از زمین تا آسمان با هم فرق دارند، هیچ وقت سراغ همکاری‌های نزدیک با هم نمی‌روند. به همین دلیل شما باید حواس‌تان به این نکته کلیدی باشد.

تغییر زبان و لحن مورد استفاده در بازاریابی

زبان و لحن شما باید طوری تغییر کند که تعامل‌برانگیز باشد. بسیاری از کارآفرینان برای اینکه مخاطب‌شان را میخکوب کنند، لحنی مناسب با هویت برندشان انتخاب می‌کنند. این در حالی است که تعامل با مشتریان گسترده دیگر به این سادگی‌ها نیست. خب در این وضعیت شما باید از زبان و لحنی سود ببرید که مطابق با سلیقه مخاطب‌تان باشد. به علاوه، این زبان باید تعامل‌برانگیز نیز باشد وگرنه کلاه شما پس معرکه خواهد بود.

اگر شما قصد داریم مخاطب‌تان را بدل به یکی از شخصیت‌های اصلی داستان برند کنید، باید طوری لحن‌تان را بازسازی نمایید که برای مخاطب جذاب باشد. خیلی وقت‌ها یک داستان در ارتباط با مخاطب شکل می‌گیرد اما خبری از جلب تعامل آنها نیست؛ چراکه زبان مورد نظر در کمپین بی‌نهایت با آنچه در واقعیت دنبالش هستیم، فرق دارد بنابراین باید نیم نگاهی به اوضاع واقعی مخاطب‌تان هم داشته باشید وگرنه همه تلاش‌های‌تان بی‌نتیجه خواهد ماند.

قبول دارم تغییر لحن بازاریابی کاری نیست که یک شبه روی دهد، اما بالاخره شما باید از یکجایی کارتان را شروع کنید. اگر دامنه گسترده‌ای از مشتریان وفادار دارید، بد نیست قبل از هر کاری نظر آنها را جویا شوید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا خیلی راحت‌تر اوضاع‌تان در بازاریابی را مدیریت کنید؛ چراکه جلو رفتن براساس نظر مشتریان همیشه حاشیه امنی برای برندها ایجاد می‌کند. اینطوری می‌توانید خیلی راحت و بدون دردسر در بازار به جلب نظر مخاطب‌تان مشغول شوید.

گسترش ارزش‌های برند

جلب تعامل دیگران کاری نیست که فقط با حرف محقق شود. در این دنیا آدم‌ها ارزش‌ها و اهداف بی‌نهایت متنوعی دارند. به طوری که کمتر زمانی دو نفر در دنیا با اهداف و نوع نگاه مشترک به چشم می‌خورد. درست به همین دلیل فعالیت شما در زمینه بازاریابی و داستان‌سرایی مشترک کمی پیچیده خواهد بود. خب شما نمی‌توانید یک دنده باشید و در نهایت انتظار استقبال و مشارکت بی‌نظیر دیگران از داستان‌تان را داشته باشید. در عوض باید کمی کار را دقیق‌تر دنبال کنید. این یعنی فرآیند فعالیت‌تان نیازمند کمی دقت نظر بیشتر است.

توصیه ما در این بخش گسترش ارزش‌های برند است. این امر به شما کمک می‌کند تا تعامل بهتری با مخاطب‌تان داشته باشید. اینطوری دیگر لازم نیست سختی زیادی برای جلب تعامل مخاطب هدف به خودتان بدهید؛ چراکه همین طور بی‌دردسر فرصت تعامل نزدیک با مخاطب برای‌تان فراهم می‌شود. پس بهتر است بدون هیچ استرسی فقط درگیر گسترش ارزش‌های برند باشید.

برخی از ارزش‌ها مثل احترام به مشتری پتانسیل زیادی برای ایجاد بحث دارند. نکات دیگری مثل حفاظت از محیط زیست یا کمک به توسعه پایدار در جامعه نیز جذابیت خاص خود را دارند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از متر و معیارهای دقیق به منظور شناسایی جذاب‌ترین ارزش‌های ممکن است. هرچه ارزش موردنظر شما بحث‌برانگیزتر باشد، فرصت بهتری برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان خواهید داشت.

بی‌شک یک برند در طول زمان نیاز به بازسازی ارزش‌های کسب و کارش دارد. درست به همین دلیل اگر شما نتوانید ارزش‌های برند را به طور اصولی تغییر دهید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. هدف اصلی در این بخش استفاده از ارزش‌هایی است که گستردگی زیادی داشته باشد. به طوری که دامنه زیادی از کاربران را به تعامل با برندتان جلب کند.

طراحی الگوی تعاملی تازه

الگوی تعامل شما با مشتریان و برندهای مناسب برای همکاری باید در طول زمان تغییر کند. خب شما قرار است داستان مشترک روانه بازار کنید و با دست فرمان قبلی کاری از پیش نخواهید برد. این در حالی است که بسیاری از کارآفرینان اصلا دوست ندارند در روند کارشان تغییری حتی کوچک ایجاد کنند.

ما در روزنامه فرصت امروز مقاومت در برابر تغییر را یکی از اصلی‌ترین دلایل شکست بازاریابی می‌دانیم. خب تا وقتی شما انگیزه‌ای برای تغییر جهتگیری‌تان در بازار نداشته باشید، همیشه با مشکلات ریز و درشت رو به رو خواهید بود.

الگوی تعاملی تازه در واقع دریچه‌ای به سوی تعامل نزدیک میان شما و مخاطب‌تان خواهد بود. اینطوری شما می‌توانید بدون مزاحمت کارتان را پیش برده و همیشه نظرات مثبت و سازنده مشتریان را کنار خودتان داشته باشید. یادتان نرود، شما تنها کسی نیست که در بازار به دنبال طراحی داستان مشترک است بنابراین باید حواس‌تان به سطح رقابت در این میان نیز باشد. این یعنی اگر دست از پا خطا کنید، خیلی زود از سوی رقبای بزرگ تنبیه خواهید شد. چه بسا در پی همین اشتباهات دیگر رقیبی برای تعامل باقی نماند.

قبول دارم طراحی یک شیوه تازه برای تعامل میان بازاریاب‌ها و مشتریان کار ساده‌ای نیست، اما شما می‌توانید در طول زمان براساس بازخوردهای دریافتی به طور مداوم الگوی‌تان را آپدیت کنید. اینطوری به مرور کارتان بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد. آن وقت دیگر لازم نیست دائما نگران نتیجه نهایی کار باشید. ماجرا جالب شد، نه؟

تغییر ایده‌های یک‌طرفه

باور کنید یا نه، شما دیگر تنها تصمیم‌گیرنده در حوزه بازاریابی محسوب نمی‌شوید. خیلی از معیارها مثل سلیقه و علایق مخاطب نیز در این میان نقش بازی می‌کند. البته مشارکت مشتریان در واقع به معنای پایان انحصار بازاریاب‌ها در زمینه تولید محتوا محسوب می‌شود بنابراین شما باید خودتان را حتی برای استفاده از ایده‌های مشتریان در فرآیند تولید محتوا یا بازنشر محتوای تولیدی آنها نیز آماده سازید.

خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها انگیزه کافی برای تغییر نگرش در حوزه بازاریابی را ندارند. دلیل این امر عادت به شیوه‌های قدیمی و ترس از شکست است. خب وقتی یک شیوه بازاریابی برای نزدیک به یک دهه جواب داده، چرا باید آن را تغییر داد؟ این سوالی است که برخی از بازاریاب‌ها حتی از فکر کردن به آن نیز وحشت دارند.

یادتان باشد، شما دیگر نمی‌توانید ایده‌های یک طرفه در حوزه بازاریابی را توسعه دهید. این امر با واکنش‌های جدی از سوی مخاطب هدف رو به رو شده و امنیت کارتان را به خطر می‌اندازد. هنر شما در این میان تلاش برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون برهم زدن امنیت بازاریابی است. شاید این فرآیند کمی سخت به نظر برسد، اما در بلندمدت به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب و جلب مشارکت ویژه آنها کمک خواهد کرد. پس باید از همین امروز روند کارتان در این میان را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهید وگرنه تک تک مشتریان‌تان را از دست خواهید داد.

استفاده از تجربیات دیگران

آدم‌ها وقتی برای اولین بار چرخ را اختراع کردند، دیگر سراغ اختراع دوباره این ابزار نرفتند. استفاده از تجربه دیگران نکته‌ای است که در بسیاری از مواقع زندگی آدم را ساده‌تر می‌سازد. نکته‌ای که در این میان باید بدان توجه داشته باشید، پذیرش توانایی‌ها و تجربیات سازنده دیگران است. بی‌شک همه ما تجربه همکاری با کارآفرینان بی‌نهایت یک‌دنده را داشته‌ایم. همان کسانی که اصلا کار دیگران را قبول ندارند و دنبال اختراع چرخ بازاریابی از همان مرحله اول هستند. شما را نمی‌دانم، ولی به نظر من که این فرآیند ماجراجویی اصلا به نتیجه مناسبی نخواهد رسید. درست به همین خاطر شما باید حواس‌تان را به طور کامل جمع کنید وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

تجربیات دیگران به شما یاد می‌دهد چطور در بازار دوام آورده و اجازه ندهید تازه کار بودن شما را از جریان حوادث دور کند. درست به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز همیشه بر استفاده از تجربیات تازه تاکید داریم. اینطوری شما خیلی راحت‌تر فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. البته به شرط اینکه دنبال تجربه برندهای بزرگ بروید. خب کسب و کارهای ساده که تجربیات معمولی برای شما دارند که اتفاقا به هیچ دردی هم نمی‌خورد. پس سعی کنید کمی بر روی برندهای بزرگ نیز تمرکز کنید. اینطوری اوضاع‌تان از نظر تعامل با مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای بهتر خواهد شد.

شما لازم نیست تجربه دیگران را بدون هیچ حرف و حدیثی قبول کنید. نکته کلیدی در این میان تلاش برای ارزیابی تجربیات دیگران و دستاوردهای‌شان در عرصه بازاریابی است. اگر فرآیند داستان‌سرایی مشترک آنها به نظرتان جذاب بود، می‌توانید از آن به سود خودتان استفاده کنید. یک گزینه دیگر نیز در این میان ترکیب تجربیات برندهای مختلف است. اینطوری شما به خوبی فرصت تعامل با مخاطب‌تان به شیوه‌ای استاندارد را خواهید داشت.

یادتان باشد، اگر حتی یک برند در بازار توانایی موفقیت در حوزه داستان‌سرایی مشترک را دارد، شما هم این پتانسیل را دارید. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از ظرفیت موردنظر برای بهبود کارتان است. اینطوری خیلی راحت‌تر فرآیند تعامل با مخاطب‌تان را پشت سر می‌گذارید. پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و خودتان را آماده تعامل سازنده با مخاطب‌تان کنید. در این میان تجربیان دیگران به مثابه چراغ راهنما برای‌تان عمل خواهد کرد.

سخن پایانی

داستان‌سرایی مشترک در واقع یک ایده تازه در دنیای بازاریابی محسوب می‌شود. نقطه مرکزی این ایده تلاش برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف است. این امر به شما کمک می‌کند تا کارتان را به دور از مشکلات رایج جلو برده و نگران هیچ چیز هم نباشید. خب هرچند وقت یک بار نیاز به ایده‌های تازه در دنیای بازاریابی به طور قابل ملاحظه‌ای حس می‌شود. درست به همین خاطر اگر حواس‌تان نباشد، خیلی راحت فرصت‌های تازه بازاریابی را از دست خواهید داد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز سراغ بررسی استراتژی داستان‌سرایی مشترک رفتیم. این ایده به شما کمک خواهد کرد تا فرآیند تعامل با مخاطب هدف را ساده‌تر از هر زمان دیگری دنبال کنید. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از توصیه‌هایی است که در این فرآیند کار شما را ساده‌تر می‌سازد.

ما در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای آشنایی با اصول داستان‌سرایی مشترک کمک کرده باشد. حالا دیگر شما آماده برداشتن اولین قدم‌ها در راستای داستان‌سرایی مشترک در حوزه مارکتینگ هستید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا آستین‌ها را بالا زده و وارد گود شوید. هرجا هم به مشکل خوردید، کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز آماده کمک به شما هستند.

منابع:

https://contentmarketinginstitute.com/articles/storytelling-strategy-co-create/

آگهی ابلاغ کارگاه / شرکت پیمان راه سپید

باتوجه به درخواست بازنشستگی پیش از موعد امان اله حبیبی در کارهای سخت و زیان آور که در جلسه کمیته بدوی استانی مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۹ این اداره کل مطرح شده ، شغل سرویسکار کولر از تاریخ ۹۰/۴/۱ لغایت ۹۳/۱۱/۳۰ مورد تایید قرار گرفته است. لذا مطابق با تبصره ۵ ماده ۸ تصویب نامه هیئت محترم وزیران، رأی مذکور ظرف مدت ۱۵ روز اداری از تاریخ ابلاغ نامه با ارائه تقاضای کتبی (فرم شماره ۴) قابل تجدید نظر خواهی می باشد و در غیر این صورت رأی مذکور قطعی و لازم الاجراست.

اداره کل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر

آگهی ابلاغ کارگاه / شرکت شهرداری بندر دیر

باتوجه به درخواست بازنشستگی پیش از موعد علی کمالی در کارهای سخت و زیان آور که در جلسه کمیته بدوی استانی مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۱ این اداره کل مطرح شده ، شغل کارگر فضای سبز از تاریخ ۸۰/۱۱/۳۰ لغایت ۸۰/۱۲/۲۹ و از تاریخ ۸۱/۱/۱ لغایت ۸۱/۳/۳۱ مورد تایید قرار گرفته است. لذا مطابق با تبصره ۵ ماده ۸ تصویب نامه هیئت محترم وزیران، رأی مذکور ظرف مدت ۱۵ روز اداری از تاریخ ابلاغ نامه با ارائه تقاضای کتبی (فرم شماره ۴) قابل تجدید نظر خواهی می باشد و در غیر این صورت رأی مذکور قطعی و لازم الاجراست.

اداره کل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر

اخطاریه

آقای احمد حسنی مجهول المکان همسرشما خانم معصومه محمدی برابر دادنامه شماره ۱۴۰۲۹۱۳۹۰۰۱۴۳۴۶۴۴۵شعبه صادره کننده رای شعبه ۹دادگاه خانواده شهرستان بهارستان به تاریخ ۱۴۰۲/۹/۲۱ تقاضای ثبت طلاق نموده است لذا لازم است ظرف مدت یک هفته پس از انتشار این آگهی دراین دفتر خانه به دفتر طلاق ۱۹ اسلامشهر به آدرس اسلامشهر ، نبش خیا بان باغ نرده ، پلاک ۴۳ حاضرشوید درغیر اینصورت طبق مقررات اقدام به ثبت خواهد شد واعتراض بعدی مسموع نخواهد شد.

داریوش زینل زاده – دفتر طلاق ۱۹ اسلامشهر

آگهی تحدید حدود اختصاصی

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان اردبیل
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان اردبیل
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک خلخال

نظر بر اینکه تحدید حدود ششدانگ پلاکهای مشروحه ذیل که باستناد آراء صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در ثبت خلخال بنام متصرفین فعلی تائید مالکیت گردیده و تحدید حدود آنها قبلاً بعمل نیامده، لذا تحدید حدود املاک ذیل، بشرح زیر بعمل خواهد آمد

از بخش ۷ خانندبیل خلخال؛

۱۵۷ فرعی از۱۹۳۸اصلی، آقای عرفان فرجی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور با اعیانی احداثی ، واقع دراراضی روستای ترک .
۱۵۸ فرعی از۱۹۳۸اصلی، آقایان محمدورحمتعلی هردو فرجی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه ، واقع دراراضی روستای ترک .
۴۱۱ فرعی از۱۹۴۱اصلی، خانم رویاحسینی آقبلاغ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی، واقع دراراضی روستای مزجین .
۴۱۲ فرعی از۱۹۴۱اصلی، خانم پاکیزه آذرگون ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی ، واقع دراراضی روستای مزجین .
۳۶۵۹ فرعی از۱۹۵۳اصلی، آقای محمد وخانمها سهیلا وحمیرا هرسه جعفری ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی ، واقع دراراضی روستای خوجین .
۳۶۶۰ فرعی از۱۹۵۳اصلی، آقای محمد وخانمها سهیلا وحمیرا هرسه جعفری ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی ، واقع دراراضی روستای خوجین .
روز تحدید حدود: شنبه ۱۴۰۳/۰۲/۰۱

از بخش ۸سنجبد خلخال؛

۹۷ فرعی از ۱۱۰اصلی، آقای جهانبخش میرزائی کالار ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع دراراضی روستای کالار .
۹۸ فرعی از۱۱۰اصلی، آقای زردشت پادیاب ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع دراراضی روستای کالار .
۹۴ فرعی از۱۱۲اصلی، آقای علی قنبری چلنبر ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی، واقع دراراضی روستای چلنبر .
روز تحدید حدود: یکشنبه ۱۴۰۳/۰۲/۰۲

از بخش ۱۷خورشرستم خلخال؛

۲۴۷۶فرعی از ۲۰اصلی ، آقای علی ایمانی چنار، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه ، واقع درهشجین .
۲۴۷۷فرعی از ۲۰اصلی ، آقای غلامعلی ایمانی چنار ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه ، واقع درهشجین .
۲۴۷۸فرعی از ۲۰اصلی ، آقای فریبرزالیاسی ، ششدانگ یکباب خانه مخروبه ، واقع درهشجین.
۲۴۷۹فرعی از ۲۰اصلی ، آقای علیرضاصمیمی هشجین ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی ، واقع درهشجین .
۲۴۸۰فرعی از ۲۰اصلی ، خانم اعظم شجاعی کزج، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی ، واقع درهشجین .
۲۴۸۱فرعی از ۲۰اصلی ، شرکت آب منطقه ای اردبیل ، ششدانگ یکباب تاسیسات آبرسانی ومحوطه ، واقع درهشجین .
۳۰۹فرعی از ۲۱اصلی ، خانم مهیمه بختیاری ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه نیمه کاره ، واقع درهشجین .
روز تحدید حدود: دو شنبه ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

۶۷۵فرعی از ۲۸اصلی ، آقای علی عبداللهی کزج ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه ، واقع درروستای کزج .
۴۳فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی ، واقع درروستای خوشنامه .
۴۴فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه باغچه ، واقع درروستای خوشنامه .
۴۵فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه باغچه ، واقع درروستای خوشنامه .
۴۶فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۴۷فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۴۸فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۴۹فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۰فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۱فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۲فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۳فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۴فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۵فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۶فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۷فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
۵۸فرعی از ۳۷اصلی ، آقای حمزه کرمی کزاز ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای خوشنامه .
روز تحدید حدود سه شنبه ۱۴۰۳/۰۲/۰۴

۲۸۰فرعی از ۴۱اصلی ، آقای حانی خدابخشی بیرق ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع درروستای بیرق.
۲۵۷فرعی از ۶۱اصلی ، آقای رمضانعلی ساسانی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور باعیانی احداثی واقع درروستای نساز .
۲۵۸فرعی از ۶۱اصلی ، آقای هاشم احمدی تیل ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور باعیانی احداثی واقع درروستای نساز .
۶۳فرعی از ۶۸اصلی ، آقای سید رحمت اله حسنی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور باعیانی احداثی واقع درروستای قره تکان .
۳۰۴فرعی از ۷۳اصلی ، آقای علی کریمی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه واقع درروستای سوسهاب .
روز تحدید حدود چهارشنبه ۱۴۰۳/۰۲/۰۵

از بخش ۱۸شاهرود خلخال؛

۱۶۲فرعی از ۱۸اصلی ، آقای ناصرمحمدی فر ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی ، واقع درروستای میانرودان .
۱۶۳فرعی از ۱۸اصلی ، آقای جمشیدمحمدی میانرودان ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع درروستای میانرودان .
۱۶۴فرعی از ۱۸اصلی ، آقای بهرام محمدی زاد ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع درروستای میانرودان .
۶۲۲فرعی از ۲۱اصلی ، خانم فرنگیزفلاح گیلوان ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع درروستای گیلوان .
۴۵۵فرعی از ۲۳اصلی ، آقای معصوم آذرخش ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی ، واقع درروستای ماجولان .
۳۴۲فرعی از ۲۴اصلی ، خانم صغراصدیق طهارم ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع درروستای طهارم دشت .
۳۴۳فرعی از ۲۴اصلی ، آقای کلام اله صدیق طهارم ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع درروستای طهارم دشت .
۳۴۴فرعی از ۲۴اصلی ، آقای ولی اله صدیق طهارم ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع درروستای طهارم دشت .
۱۹فرعی از ۲۵اصلی ، آقای رجب رشیدی ، ششدانگ یکقطعه باغ ، واقع درروستای صومعه رودبار .
۲۰فرعی از ۲۵اصلی ، آقای رجب رشیدی ، ششدانگ یکقطعه باغ وخانه احداثی ، واقع درروستای صومعه رودبار .
روز تحدید حدود: پنجشنبه ۱۴۰۳/۰۲/۰۶

لذا بدینوسیله به مالکین و مجاورین آگهی می شود که در روز تعیین شده در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند واخواهی بر حدود و حقوق ارتفاقی مطابق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز پذیرفته خواهد شد و متقاضی باید کتباً اعتراض خود را به ثبت محل ارائه نماید.
تاریخ انتشار یک نوبت: روزسه شنبه ۱۴۰۲/۱۲/۱۵

سرپرست ثبت خلخال –زینال زاده

۳۶۱

آگهی تحدید حدود اختصاصی

چون تحدید حدود قسمتی از پلاک ثبتی ۱۲۲ –اصلی، بعنوان ششدانگ یکقطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۹۰/۸۰ متر مربع واقع در بخش ده تهران مورد تقاضای علی عباسی فرزند امیر ش ش ۵۱۲ کد ملی ۰۵۶۹۵۱۰۹۶۱ که پلاک ثبتی ۱۹ فرعی به آن اختصاص یافته (۱۲۲/۱۹) تاکنون بعمل نیامده عمل به تبصره ماده ۱۵ قانون ثبت مقدور نبوده است. لذا عملیات تحدید حدود ملک مذکور در تاریخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۸ روز شنبه ساعت ۱۲ ظهر در محل وقوع ملک شروع و بعمل خواهد آمد. بدینوسیله باطلاع مجاورین پلاک ثبتی موصوف می رساند در روز و ساعت مقرر در محل حضور به هم رسانند. چنانچه اعتراضی به حدود و حقوق ارتفاقی داشته باشند ظرف مدت یک ماه از تاریخ تنظیم صورتمجلس تحدید حدود اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت تسلیم و رسید دریافت دارند و در اجرای تبصره ۲ ماده واحده اصلاح مواد ۱۶ و ۲۰ قانون ثبت مصوب ۷۳/۳/۲۵ مجلس محترم شورای اسلامی ظرف مدت یک ماه دادخواست اعتراض خود را به مرجع قضایی تقدیم و گواهی آن را به دفتر این اداره تسلیم و رسید اخذ نمائید.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۲/۱۵ (توضیح اینکه تاریخ قید شده فقط مربوط به انتشار آگهی می باشد)
تاریخ تحدید: ۱۴۰۳/۰۱/۱۸
۱۶۷۹۰ م الف
کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک زیبادشت
تهران –افشین رسولی
شناسه آگهی ۱۶۷۷۵۷۱

آگهی مفقودی

برگ سبزو کارت و سند کمپانی خودرو سواری پیکان به شماره انتظامی۲۹ ایران ۳۳۲ س ۳۴ شماره موتور ۱۱۱۲۷۷۶۲۸۵۳ شماره شاسی ۷۷۴۶۴۸۹۶متعلق به اینجانب امید صادقیانی به کد ملی ۳۲۲۰۰۴۷۴۴۰ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد.
رباط کریم
۳۶۲

آگهی مفقودی

برگ سبزو کارت و سند کمپانی خودرو سواری پیکان به شماره انتظامی۶۱ ایران ۸۶۹ و ۲۲ شماره موتور ۱۱۱۲۸۱۰۱۸۳۸ شماره شاسی ۸۱۴۲۴۰۳۴متعلق به اینجانب ثریا بازارگان به کد ملی ۳۸۱۰۲۴۹۰۳۳ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد .
رباط کریم
۳۶۳

آگهی ابلاغ کارگاه / شرکت دستاک

باتوجه به درخواست بازنشستگی پیش از موعد فرهاد لموچی تاراجی در کارهای سخت و زیان آور که در جلسه کمیته بدوی استانی مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۴ این اداره کل مطرح شده ، شغل کمک جوشکار از تاریخ ۸۰/۸/۱ لغایت ۸۰/۹/۳۰ و از تاریخ ۸۰/۱۱/۱ لغایت ۸۱/۳/۳۱ مورد تایید قرار گرفته است. لذا مطابق با تبصره ۵ ماده ۸ تصویب نامه هیئت محترم وزیران، رأی مذکور ظرف مدت ۱۵ روز اداری از تاریخ ابلاغ نامه با ارائه تقاضای کتبی (فرم شماره ۴) قابل تجدید نظر خواهی می باشد و در غیر این صورت رأی مذکور قطعی و لازم الاجراست.
اداره کل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر

آگهی ابلاغ کارگاه / شرکت سازه خاور

باتوجه به درخواست بازنشستگی پیش از موعد فرهاد لموچی تاراجی در کارهای سخت و زیان آور که در جلسه کمیته بدوی استانی مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۴ این اداره کل مطرح شده ، شغل فورمن از تاریخ ۸۴/۱/۲۰ لغایت ۸۴/۲/۲۵ مورد تایید قرار گرفته است. لذا مطابق با تبصره ۵ ماده ۸ تصویب نامه هیئت محترم وزیران، رأی مذکور ظرف مدت ۱۵ روز اداری از تاریخ ابلاغ نامه با ارائه تقاضای کتبی (فرم شماره ۴) قابل تجدید نظر خواهی می باشد و در غیر این صورت رأی مذکور قطعی و لازم الاجراست.
اداره کل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر

به‌روزرسانی محصول: گامی کلیدی در دنیای رقابتی امروز

نویسنده: علی آل‌علی

در دنیای رقابتی امروز به‌روزرسانی محصول یک ضرورت برای هر کسب و کار محسوب می‌شود. اگر به برندهای بزرگ دنیا نگاه کنید، اغلب آنها هر ساله محصولات تازه‌ای را روانه بازار می‌کنند. مثلا برند اپل را در نظر بگیرید؛ این برند هر سال یک مدل جدید از آیفون روانه بازار می‌کند. این در حالی است که از نظر فنی شاید هیچ کاربری نیاز به خرید مداوم یک نسخه جدید آیفون نداشته باشد. پس چرا مشتریان علاقه پایان‌ناپذیری به خرید محصولات تازه با آپدیت‌های جدید دارند؟

آپدیت محصولات به یک برند کمک می‌کند تا همیشه محصولاتی با کمترین عیب و ایراد تحویل مشتریان دهد. مشتریان هم وقتی شاهد رفع نقص‌های یک محصول هستند، علاقه‌شان برای خرید دوچندان خواهد شد. ماجرا جالب شد، نه؟

متاسفانه برخی از کسب و کارها هیچ توجهی به آپدیت محصولات‌شان ندارند. به طوری که به محض اینکه محصول‌شان کمی در بازار با استقبال مواجه می‌شود، به سرعت خودشان را کنار کشیده و دیگر دست به سیاه و سفید نمی‌زنند. اگر شما هم فکر می‌کنید صرف طراحی یک محصول جذاب و کاربردی برای موفقیت در بازار کافی است، بد نیست در این مقاله با ما همراه شوید؛ چراکه ما قصد داریم سیر تا پیاز آپدیت محصول را به اتفاق شما مرور کنیم.

شما در این مقاله اول از همه با مزایای آپدیت مداوم محصولات آشنا خواهید شد. بعد از اینکه خیال‌تان بابت اثرگذاری این استراتژی راحت شد، دنبال تکنیک‌هایی برای اجرای درست و حسابی آپدیت محصول خواهیم رفت. خب حالا که نقشه راه را متوجه شدید، بد نیست کم کم ماجراجویی‌مان را شروع کنیم.

مزایای آپدیت محصول

محصولاتی که به طور مداوم به‌روزرسانی شوند، مزایای متعددی برای کسب و کارها به ارمغان می‌آورند. بی‌شک خیلی از کارآفرینان در طول زندگی‌شان این عبارت به گوش‌شان خورده است. خب ما در این بخش قصد داریم چنین ادعایی را در بوته آزمایش بگذاریم. خب اگر واقعا این استراتژی ارزشش را نداشته باشد، چرا باید الکی وقت‌مان را با آن تلف کنیم؟

بد نیست در ادامه با ما همراه باشید تا مزایای این استراتژی را به اتفاق هم مرور کنیم.

• افزایش رضایت مشتریان: با رفع اشکالات و ایرادات موجود و اضافه کردن ویژگی‌های جدید، رضایت و وفاداری مشتریان افزایش می‌یابد. خب بسیاری از مشتریان فقط به خاطر امکانات اندک یا ناکافی یک محصول سراغ برندهای دیگر می‌روند. حالا اگر در این میان شما به طور مدام محصولاتی مطابق انتظار و نیازهای مشتریان عرضه کنید، ماجرا کاملا متفاوت خواهد شد.

• افزایش فروش: به‌روزرسانی محصول می‌تواند با جلب نظر مشتریان جدید و ترغیب مشتریان فعلی به خرید نسخه جدید محصول، منجر به افزایش فروش شود. ماجرا از این قرار است که اغلب مشتریان بدون توجه به نیازشان به یک محصول صرفا با توجه به امکانات تازه‌اش دست به جیب می‌شوند بنابراین اگر شما این نکته را رعایت کنید، فروش‌تان در بازار تضمین شده خواهد بود.

• بهبود برند: به‌روزرسانی مداوم محصولات نشان‌دهنده تعهد شرکت به نوآوری و بهبود کیفیت محصولات است و به ارتقای برند شرکت کمک می کند. شما را نمی‌دانم، ولی من که ترجیح می‌دهم از برندی خرید کنم که تعهدات سفت و سختی نسبت به او با محصولاتش دارد؛ شما چطور؟

نمونه‌هایی از آپدیت محصول

• اضافه کردن ویژگی‌های جدید: به عنوان مثال، یک شرکت تولیدکننده نرم‌افزار می‌تواند به نرم‌افزار خود ویژگی‌های جدیدی مانند قابلیت هوش مصنوعی یا ابزارهای تجزیه و تحلیل داده اضافه کند. آن وقت محصول مورد نظر در عین حفظ ویژگی‌های قبلی با یک سر و شکل تازه روانه بازار خواهد شد.

• بهبود عملکرد: به عنوان مثال، یک شرکت تولیدکننده خودرو می‌تواند با ارتقای موتور یا سیستم تعلیق، عملکرد خودروی خود را بهبود بخشد. خب اگر قرار بود محصولات صنعت خودرو هیچ تغییر نکند، هنوز هم باید ماشین‌های ۱۰۰سال قبل را سوار می‌شدیم!

• رفع اشکالات: همه مردم عاشق بازی و سرگرمی هستند. یکی از تفریح‌های بزرگ در دنیای دیجیتال امروز، بازی‌های ویدئویی است. سالانه ده‌ها عنوان بازی ویدئویی با فروش‌های بیش از ۱۰۰ میلیون دلار روانه بازار می‌شود. این در حالی است که کلی سرگرمی دیگر نیز در دنیا وجود دارد، اما به خاطر آپدیت مداوم عنوان بازی‌ها مردم در سراسر دنیا به خرید این بازی‌ها علاقه دارند. مثلا عنوان فیفا را در نظر بگیرید. شرکت EA هر سال یک نسخه جدید از بازی‌اش را روانه بازار می‌کند. مشتریان بازی فیفا هر سال به امید رفع مشکلات و نقاط ضعف نسخه قبلی دست به جیب می‌شوند. نکته جالب اینکه بسیاری از اوقات این انتظارات برآورده هم می‌شود.

• تغییر ظاهر: برندهای مختلف در صنعت مد و پوشاک سالانه میلیون‌ها دلار خرج طراحی محصولاتی با ظاهر متفاوت می‌کنند. خب مشتریان یک ویژگی مشترک در بازار دارند و آن علاقه به محصولاتی با ظاهر متفاوت و تازه هستند. بنابراین شما با تغییر ظاهر محصول‌تان به خوبی می‌توانید دل آنها را به دست بیاورید.

فرآیند آپدیت محصول: راهنمایی عملی برای کارآفرینان

آپدیت محصول فرآیند ساده‌ای نیست. خیلی از کارآفرینان در طی این فرآیند آنقدر ماجرا را پیچیده می‌کنند که دست آخر مجبور به ترک صحنه می‌شوند. از آنجایی که ما دوست نداریم شما چنین تجربه سختی را پشت سر بگذارید، در این مقاله سراغ برخی از مهمترین نکات در فرآیند آپدیت محصول خواهیم رفت. خب اجازه دهید بدون از دست دادن زمان یک راست برویم سراغ اصل ماجرا.

شناسایی نیازها

اولین قدم برای به‌روزرسانی محصول، شناسایی نیازهای مشتریان است. این کار می‌تواند از طریق نظرسنجی، مصاحبه با مشتریان و بررسی بازخورد آنها انجام شود.

خب تا وقتی شما خبری از نیازهای مشتری نداشته باشند، نمی‌توانید آپدیت درست و حسابی تحویل‌شان دهید. اگر شما به اندازه کافی خوش‌شانس باشید که مشتریان وفاداری دور و برتان را گرفته باشند، به راحتی با کمی گپ و گفت با آنها کارتان راه خواهد افتاد.

یادتان باشد، شما در شناسایی نیازهای نباید سلیقه شخصی‌تان را دخیل کنید. خب خیلی وقت‌ها کارآفرینان دوست دارند به هر قیمتی شده یک نکته را به آپدیت محصول‌شان اضافه کنند. اگر شما هم با چنین وسوسه‌هایی مواجه می‌شوید، بد نیست قبل از هر چیزی به این فکر کنید که معیار نهایی رضایت مشتریان است. پس باید قبل از هر چیزی به فکر سلیقه و انتظار آنها باشید.

برنامه‌ریزی

پس از شناسایی نیازها، باید برنامه‌ای برای به‌روزرسانی محصول تدوین کنید. این برنامه باید شامل اهداف آپدیت، جدول زمانی و منابع موردنیاز باشد.

وقتی درباره اهداف آپدیت حرف می‌زنیم، در واقع به این نکته اشاره داریم که از دل این فرآیند دنبال تحقق چه هدفی هستید. خب آدم که تا هدفی در سر نداشته باشد، دست به کاری نمی‌زند!

جدول زمانی در واقع بعد اطلاع‌رسانی کار را نشان می‌دهد. خب مشتریان که همین طور بی‌مقدمه از محصول تازه شما استقبال نمی‌کنند. در عوض شما باید کمی در اطلاع‌رسانی به مشتریان توجه داشته باشید. مثلا برند مایکروسافت قبل از اینکه سری ایکس باکس جدید را عرضه کند، از ماه‌ها قبل درباره زمان این اقدام اطلاع‌رسانی کرده بود. به همین خاطر مشتریان از این اقدام یا به قول خودمان آپدیت استقبال بی‌نظیری کردند.

در آخر نیز برای برنامه‌ریزی درست باید ارزیابی درستی از منابع مورد نیاز داشته باشید. اگر به این نکته توجه نداشته باشید، چه بسا در وسط مسیر منابع مالی تان ته بکشد. به علاوه، آپدیت محصول یک کار انفرادی نیست. به همین خاطر باید تیم‌تان را در جریان آپدیت قرار دهید تا این فرآیند با همکاری همگی جلو برود.

طراحی و توسعه

در این مرحله، تغییرات مورد نظر در محصول طراحی شده و از نظر توانایی اجرایی مورد بررسی قرار می‌گیرد. خب شما که قرار نیست هر تغییری را بر روی محصول‌تان اعمال کنید. چه بسا با یک آپدیت نابجا کل محبوبیت و کاربرد محصولات‌تان بر باد برود.

این روزها بسیاری از کسب و کارها تیم توسعه و تحقیقات دارند. اگر شما هنوز این بخش را برای برندتان راه‌اندازی نکرده‌اید، بد نیست نیم نگاهی به این حوزه داشته باشید.

هدف اصلی از توسعه تیم تحقیقات مربوط به ارزیابی اولیه آپدیت محصول به منظور پرهیز از شکست‌های احتمالی است. بی‌شک اگر آپدیت یک محصول شکست بخورد، اثر بی‌نهایت منفی بر روی اعتبار برندتان خواهد داشت. پس بد نیست قبل از اینکه باعجله کارتان را سرهم‌بندی کنید، کمی حوصله به خرج دهید.

آزمایش و تست

قبل از عرضه به‌روزرسانی به مشتریان، باید آن را به طور کامل آزمایش کرد تا از عملکرد صحیح و عدم وجود اشکال در آن اطمینان حاصل شود.

این مرحله از کار درباره تمام حوزه‌های کاری مصداق دارد. مثلا شرکت گوگل قبل از عرضه آپدیت جدید اندروید همیشه آن را به طور آزمایشی برای برخی از کاربران عرضه می‌کنند. اینطوری همه عیب و ایرادات محصول مشخص خواهد شد.

عرضه نهایی

پس از اتمام مراحل قبلی، به‌روزرسانی محصول به مشتریان به مرحله پایانی رسیده است. شما حالا می‌توانید بدون هیچ مشکلی آپدیت‌تان را روانه بازار کنید. بی‌شک شما تا اینجای کار با بسیاری از مشکلات کنار آمده و پشت‌شان را به خاک مالیده‌اید، حالا دیگر وقت آن است که کمی از موقعیت‌تان لذت ببرید. پس با خیال راحت آپدیت جدید را روانه بازار کنید.

چالش‌های به روزرسانی محصول

هیچ کاری در این دنیا بدون چالش یا هزینه نیست. شما حتی وقتی برای قدم زدن در پارک محله‌تان از خانه خارج می‌شوید، کلی خطر مثل تصادف تهدیدتان می‌کند. با این حساب تکلیف آپدیت محصول که دیگر کاملا روشن است!

ما در این بخش قصد داریم قبل از اینکه چالش‌های آپدیت محصولات حسابی اوضاع شما را به هم بریزد، برخی از مهمترین آنها را به اتفاق شما زیر ذره بین ببریم. اینطوری با چشم‌های کاملا باز اوضاع این بخش را رصد خواهید کرد.

هزینه آپدیت

به‌روزرسانی محصول همیشه هزینه‌بر خواهد بود، به ویژه اگر تغییرات اساسی در محصول اعمال شود. خب وقتی شما فقط اسم یا ظاهر محصول را عوض می‌کنید، اوضاع خیلی سخت نخواهد بود. با این حال وقتی پای تغییرات اساسی در میان باشد، دیگر بحث فرق خواهد کرد.

زمان

فرآیند آپدیت محصول می‌تواند زمان‌بر باشد. این نکته برای کارآفرینانی که همیشه عجله دارند، یک نکته منفی محسوب می‌شود. به طوری که پس از مدت زمانی کوتاه به فکر انصراف از آپدیت محصول یا حتی به تعویق انداختنش خواهند افتاد. اگر از ما می‌شنوید، قبل از اینکه وارد میدان آپدیت محصول شوید، باید خیلی خوب نسبت به زمانبر بودن این فرآیند آگاهی داشته باشید وگرنه کارتان خیلی زود به بن‌بست خواهد خورد.

زمانی که شما در این بخش باید برای کارتان اختصاص دهید، مربوط به امروز و فردا نیست. در عوض یک فرآیند مداوم محسوب می‌شود که همیشه باید حواس‌تان به آن باشد.

ریسک

آپدیت محصول ممکن است با ریسک‌هایی همراه باشد. مهمترین ریسک در این میان عدم استقبال مشتریان از آپدیت عرضه شده است. البته باید مراحل قبلی را به خوبی طی کرده باشید، احتمال چنین اتفاقی بی‌نهایت کم خواهد بود، اما هیچ وقت نباید آن را دور از ذهن بدانید. خب حساب و کتاب بازار که همیشه مطابق انتظار شما نخواهد بود!

راهکارهای غلبه بر چالش‌های به‌روزرسانی محصول

حالا که چالش‌های آپدیت محصول را بررسی کردیم، باید نیم نگاهی هم به راهکارهای مدیریت این چالش‌ها داشته باشیم. خب صرف اطلاع از این چالش‌ها که دردی از شما دوا نخواهد کرد.

برنامه‌ریزی دقیق

قبل از شروع فرآیند به روزرسانی محصول، باید برنامه‌ریزی دقیقی انجام شود تا از هدر رفتن زمان و منابع جلوگیری گردد.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از نکات کلیدی درباره برنامه‌ریزی را با شما در میان بگذاریم. از اینجا به بعد همه چیز به سعی و تلاش شما بستگی خواهد داشت.

یادتان باشد، برنامه‌ریزی کاری نیست که شما یک‌شبه انجام دهید و بعد هم دیگر پیگیرش نشوید. در عوض باید دائما خودتان را آماده ادامه روند برنامه‌ریزی و مواجهه با چالش‌ها نگه دارید.

جلب مشارکت مشتریان

در فرآیند به روزرسانی محصول، باید از نظرات و پیشنهادات مشتریان استفاده کرد تا از انطباق تغییرات با نیازهای آنها اطمینان حاصل شود. خب تا وقتی شما نتوانید انگیزه‌ای در میان مشتریان ایجاد کنید، همیشه کارتان با مشکلات اساسی همراه خواهد بود.

وقتی مشتریان در فرآیند او یا محصول با شما همراهی کنند، خیلی راحت در فرصت اثرگذاری بر روی آنها را خواهید داشت. به علاوه در این فرآیند شما به خوبی فرصت استفاده از بازخوردهای مختلف را خواهید یافت. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید این فرآیند خیلی راحت‌تر از جست‌وجوی بی‌امان در میان ابزارهای مختلف اطلاعاتی باشد، مگر نه؟

آزمایش و تست نهایی

قبل از عرضه آپدیت به مشتریان، باید آن را به طور کامل آزمایش کرد تا از عملکرد صحیح و عدم وجود اشکال در آن اطمینان حاصل شود. خب شما که نمی‌توانید همینطور سر به هوا کارتان را جلو برده و انتظار واکنش‌های مثبت را داشته باشید.

معمولا کارآفرینان آزمایش آپدیت‌ها را به سادگی فراموش می‌کنند. با این حساب بد نیست دست کم شما در این رابطه عملکرد بهتری از خود نشان دهید. این امر به شما کمک می‌کند تا اثرگذاری بهتری بر روی مخاطب‌تان داشته باشید. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

سخن پایانی

به روزرسانی محصول فرآیندی پیچیده اما ضروری برای هر کسب و کاری است. ما در این مقاله سعی کردیم نکات مختلف درباره آپدیت محصول را به اتفاق شما مورد بررسی قرار دهیم. حالا شما آمادگی لازم برای اجرای درست آپدیت محصولات را دارید. به علاوه، در این میان دیگر خبری از مشکلات گوناگون در این راستا نخواهد بود.

یادتان باشد، همیشه فرصت‌های تازه‌ای برای آپدیت محصولات وجود دارد. هنر شما به عنوان کارآفرین شناسایی به موقع این فرصت‌هاست. وگرنه زمان طلایی برای به‌روزرسانی محصولات‌تان را مثل آب خوردن از دست می‌دهید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای آشنایی بهتر با آپدیت محصولات مفید بوده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مورد بحث در این مقاله داشتید، کارشناس‌های ما همیشه آماده کمک به شما هستند. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:
userpilot.com/blog/product-updates-guide
https://www.chameleon.io/blog/product-updates

فراخوان مناقصه عمومی

نوبت اول
شناسه: ۱۶۷۹۶۹۷

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

توجه: اعلام آمادگی جهت شرکت در این مناقصه صرفاً بصورت الکترونیکی(توکن) و از طریق سامانه ستاد به نشانی www.setadIran.ir می باشد.
مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره م م/۰۲/۰۴۴۴ مربوط به احداث جاده و محل چاه غرب ۱۹۰ شمال ب مارون بسماند

الف- شرح مختصر خدمات
انجام عملیات تخریب ،عملیات خاکی ،عملیات بنایی با سنگ،اندود و بندکشی،قالب بندی وچوب بست، کارهای فولادی ، بتن ریزی ، زیراساس، اساس و بالاست،نصب علائم و تجهیزات ایمنی ،مرمت محوطه چاه، مرمت سطر ، مرمت گودال آبگل ، مرمت گودال سوخت ، زئومیبرایز، احداث آبرو و پل بتنی در طول مسیر و جاده دسترسی مد نظر می باشد.

ب- محل اجرای خدمات و مدت انجام کار
محل اجرای خدمات در ۴۰ کیلومتری اهواز و مدت انجام آن ۱۰ ماه می باشد.

ج- برآورد کارفرما
برآورد کارفرما جهت انجام خدمات -/۱۶۶،۳۰۰،۹۰۱،۸۴۰ ریال وتعدیل پذیر می باشد

د- شرایط مناقصه گران متقاضی
- داشتن ظرفیت آزاد(تعدادی و ریالی) در رشته مربوطه
- مناقصه‌گران دارای حداقل پایه ۵ گرایش راه و ترابری ضمن داشتن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی داشتن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی الزامیست و همچنین اصالت گواهی نامه مذکور ارائه گردیده می بایست در سایت www.mcls.gov.ir رویت گردد. عدم ارائه یا رویت گواهی نامه صلاحیت ایمنی بمنزله حذف از مناقصه می‌باشد. - در تعیین برنده مناقصه و در شرایط برابرالویت با شرکت های بومی استانی می‌باشد - توانایی ارائه تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به مبلغ -/۳۱۵،۰۴۵،۰۹۶ریال که بایستی به یکی از دو صورت زیر ارائه گردد :
الف- ارائه رسید وجه صادره از سوی حسابداری کارفرما مبنی بر واریز مبلغ فوق الذکر به شماره حساب IR۹۴۰۱۰۰۰۰۲۰۰۱۱۱۱۶۰۴۰۲۲۰۶۷ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران شعبه مرکزی جمهوری اسلامی ایران - اهوازکد - حساب -بنام شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
ب- ارائه ضمانتنامه بانکی به میزان مبلغ فوق الذکر طبق فرم نمونه که ابتدا برای مدت (۹۰روز) معتبر بوده ویس از آن نیز با اعلام کارفرما برای مدت (۹۰ روز) دیگر قابل تمدید باشد.
- توانایی ارائه ۵٪ مبلغ پیمان (در صورت برنده شدن) بعنوان تضمین انجام تعهدات-ارائه یک نسخه تأیید شده از صورتهای مالی حسابرسی شده توسط سازمان حسابرسی یا اعضای جامعه حسابداران رسمی الزامیست. (مبنای پذیرش در خصوص هر گونه گزارش حسابرسی صورت‌های مالی، بارگذاری گزارش مذکور از طریق سایت جامع حسابداران رسمی ایران(قابل استعلام در وبگاه www.icpa.ir) با قابلیت مشاهده در سامانه پردیس می باشد) مناقصه‌گر جهت تحویل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار علاوه بر بارگذاری تصویر تضمین از طریق سامانه لازم است بصورت حضوری به دفتر کمیسیون مناقصات در اهواز، کوی فدائیان اسلام مجتمع تندگویان، واقع در روبروی بلوک دو، ساختمان طرحهای راه و ساختمان در مهلت مقرر مراجعه و تضمین را تسلیم نمایند.

هـ- محل و مهلت دریافت مدارک مناقصه گران
از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت به‌عمل می‌آید ظرف مهلت مقرر در این فراخوان جهت دریافت اسناد و اعلام آمادگی از طریق سامانه ستاد و به نشانی www.setadIran.ir مراجعه نمایند تا ارزیابی‌های لازم وفق آیین‌نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات (ارزیابی ساده) بر روی مدارک ارسالی مناقصه‌گران به‌عمل آید.
۱- مهلت اعلام آمادگی: بصورت الکترونیکی (غیر حضوری و) از ساعت ۸:۰۰ تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۴ لغایت ساعت ۱۹:۰۰ تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۳
۲- مبلغ خرید اسناد و شماره حساب واریز مبلغ ۷،۶۱۶،۰۰۰ریال از طریق درگاه موجود در سامانه به نشانی www.setadIran.ir
محل زمان تحویل و گشایش پیشنهادها
متقاضیان مکلفند پیشنهادات خود را حداکثر تا ساعت ۱۴:۳۰روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۱۹به صورت الکترونیکی و از طریق سامانه ستاد تسلیم نمایند. ضمناً پیشنهادات در ساعت ۰۸:۳۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۲۴ گشایش و قرائت خواهد شد و حضور نماینده مناقصه گران با معرفی نامه و کارت شناسایی معتبر بلامانع است.همچنین مناقصه گران می بایست ضمن بارگذاری الکترونیکی تصویر تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار در سامانه تا ساعت ۱۴:۳۰روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۱۹ اصل تضمین مذکور را به صورت فیزیکی به کمیسیون مناقصات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در آدرس: اهواز- کوی فدائیان اسلام مجتمع تندگویان، واقع در روبروی بلوک دو، ساختمان سابق طرحهای راه و ساختمان تسلیم نمایند.
همزمان ارائه معرفی نامه و کارت ملی برای متقاضیان شرکت در مناقصه و نمایندگان شرکتها در همه مراحل لازم و ضروری می باشد.
تذکر: حسب مورد ارائه یک نسخه اصلی از اساسنامه شرکتها، آگهی تاسیس، آخرین تغییرات ثبتی و هرگونه گواهی مبنی بر واجد شرایط بودن شرکت مطابق با مفاد آگهی الزامی می باشد.
WWW.NISOC.IR http://iets.mporg.ir

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۲/۱۲/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۲/۱۲/۱۶
امور حقوقی و قراردادها– شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
۳۵۹

سیستم مدیریت یکپارچه / کد ۱۰/۴۳/۰۲/ف
آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای (شماره ۲۵۴/م ع/۱۴۰۲)

نوبت اول
شناسه آگهی ۱۶۷۸۹۴۸

شرکت آب و فاضلاب استان البرز

شرکت آب و فاضلاب استان البرز درنظر دارد اجرای عملیات ۴۳۳۰ متر اصلاح شبکه توزیع آب به همراه ۳۵۰ فقره انشعاب آب واقع در محدوده روستای مورود و حسنکدر آسارا را از محل اعتبارات طرحهای عمرانی و از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط و دارای حداقل رتبه ۵ در رشته آب واگذار نماید.
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir با شماره فراخوان ۲۰۰۲۰۰۵۱۸۶۰۰۰۲۵۴ انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهینامه امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
برآورد پروژه، مدت اجرای پروژه ، نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : برآورد براساس فهرست بهاء ابنیه ، تاسیسات مکانیکی، خطوط انتقال آب و شبکه توزیع آب سال ۱۴۰۲، مبلغ ۲۹،۳۵۰،۶۳۲،۹۴۵ ریال و مدت اجرای کار ۴ (چهار) ماه و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار ۱،۴۶۷،۵۳۱،۶۴۷ ریال بصورت یکی از تضامین ذکر شده در آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹/هـ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ می باشد.
مهلت تحویل اسناد مناقصه : مناقصه گران علاوه بر بارگذاری فایلهای PDFتا ساعت ۹ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۲۸، موظف به ارائه اصل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار در پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۰ همان روز به دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان البرز می باشند.
تاریخ بازگشایی پاکات : ساعت ۱۲:۳۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۲۸ خواهد بود.
نحوه دریافت اسناد مناقصه: داوطلبان می‌توانند به منظور دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۶ تا ساعت ۱۹ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۳ از طریق سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir اقدام نمایند. تلفن تماس : ۳۲۱۱۷۱۵۰-۰۲۶
سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است.

شرکت آب وفاضلاب استان البرز «سهامی خاص»
۳۶۰

آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای

نوبت دوم
شناسه آگهی: ۱۶۷۸۲۶۰

شرکت ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل بصورت برگزاری مناقصهٔ عمومی دو مرحله ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) تامین نماید:

شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران	۲۰۰۲۰۹۶۲۳۴۰۰۱۰۷
شماره مناقصه و تقاضا	تقاضای AD-۳۰۱۳۹۰۳۱۲۲-R1 مناقصه شماره R1-۱۴۰۲/۰۲۸
موضوع مناقصه/شرح مختصر اقلام درخواستی	خرید DELUGE VALVE سیستم آتش نشانی
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
نوع تضمین شرکت درفرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه	۲۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی در سامانه ستاد	۶ روز پس از درج نوبت دوم آگهی در صفحه اعلان عمومی سامانه ستاد ایران می باشد.
آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (رزومه) در سامانه ستاد	ظرف مدت دو هفته پس از انقضای مهلت دریافت اسناد می باشد.
آخرین مهلت بارگزاری پیشنهادات فنی/مالی در سامانه ستاد	پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران، مستندات دریافت پیشنهاد فنی و مالی بهمراه برنامه زمانی از طریق سامانه ستاد ارسال می گردد.
آدرس مناقصه گزار	استان بوشهر - شهرستان عسلویه - شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی -پالایشگاه اول - اداره خرید

بدیهی است کلیه فرآیند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی: WWW.SETADIRAN.IR انجام می پذیرد وبه پیشنهادهای خارج از سامانه ستاد هیچگونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه گران بایستی نسبت به ثبت نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند.
مناقصه‌گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن‌های ۴۳۳۹-۰۷۷۳۱۳۱۴۳۳۵ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۱۲/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۱۲/۱۵
روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی
۳۵۲

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان بوشهر خبر داد؛

برگزاری چهار برنامه شاخص قرآنی به مناسبت روز قرآن در بوشهر

بوشـــهر- خبرنگار فرصت امروز: دبیر شـــورای هماهنگی و گسترش فعالیت‌های قرآنی استان بوشهر از برگزاری چهار برنامه شاخص قرآنی به مناسبت ۱۶ اسفند روز قرآنی بوشهر خبر داد.

عبدالرحیم افروغ اظهارداشـــت: "گردهمایی قرآنیان اســـتان"، "کاروان قرآنی"، "نمایشگاه قرآن و عترت" و "جشـــنواره قصه‌گویی قرآنی" اهـــم برنامه‌های این روز است.

افـــروغ افزود: برنامه‌های روز قرآنی بوشـــهر با شـــعار "می‌خوانمت" است که در سراسر استان برگزار می‌شود.

وی عنوان کرد: گردهمایی قرآنیان اســـتان در روز ۱۶ اسفند ماه به مناســـبت ارتحال عالم ربانی میرزا معتقد اهرمی ریشهری کاتب قرآن متقارن و رمزدار روز قرآنی بوشهر خواهد بود که با حضور قاریان، حافظان، مفسران و همه فعالان قرآنی برگزار خواهد شد.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان بوشهر اظهار کرد: این گردهمایی با هدف توسعه و ترویج فعالیت‌های قرآنی و احیای قرآنی، هم‌افزایی و ایجاد فضای صمیمی و همدلی بین قرآنیان، شناخت و معرفی چهره‌های برتر قرآن کریم به مردم و همچنین استعدادیابی آینده‌سازان و تجلیل از پیشکسوتان است.

افروغ عنـــوان کرد: برنامه‌های میـــز گفتگو، ایده‌های خلاقانه قرآنی، بررسی آسیب‌های جامعه قرآنی کشور و استان، تدبر در قرآن کریم و تلاوت روح‌بخش قرآن کریم از برنامه‌های این گردهمایی خواهد بود.

وی ادامـــه داد: کاروان قرآنی دیگـــر برنامه روز قرآنی بوشهر است که به منظور فراگیر نمودن فرهنگ قرآنی در ســـطح جامعه و با هدف مهجوریت زدایی کلام وحی در بین آحاد جامعه، تلطیف فضای جامعه با انوار دل‌انگیز قرآن کریم، معرفی چهره‌های برتر قرآن کریم و همچنین اســـتعدادیابی و تمرکززدایی فعالیت‌هـــای قرآنی انجام خواهد شد.

دبیر شورای هماهنگی و گسترش فعالیت‌های قرآنی استان همچنین اضافه کرد: نمایشگاه بزرگ قرآنی استان از ۱۴ لغایت ۲۳ اسفند ماه در سالن دبیرستان دخترانه حضرت فاطمه زهرا (س) بوشهربرگزار خواهد شد.

وی اظهار کرد: اولین جشـــنواره قصه‌گویی قرآنی در ۲ بخش "بزرگســـالان" و "زیر ۱۵ سال" است که به صورت استانی برگزار خواهد شد.

افروغ افزود: "معلمان قصه‌گو" و "مادران قصه‌گو" دو بخش ویژه این جشنواره است.

مدیرکل فرهنگ و ارشـــاد اســـلامی و دبیر شـــورای هماهنگی و گســـترش فعالیت‌های قرآنی استان بوشهر خاطرنشان کرد: اجرای کارگاه‌های آموزشی و همچنین دعوت از برگزیدگان جهت اجرا در صدا وســـیما از دیگر برنامه‌های این جشنواره است.

آغاز طرح سلامت نوروزی از ۱۵ اسفند

یزد - خبرنگار فرصت امروز: معاون بهداشـــتی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد گفت: طرح سلامت نوروزی از ۱۵ اسفند تا ۲۵ فروردین ماه سال بعد با حضور فعال بازرسان بهداشت محیط در ساعات اداری، غیراداری و روزهای تعطیل اجرا می شود. دکترمحسن میرزائی اظهار داشت: این طرح در ایام نوروز و ماه رمضان با اولویت نظارت بر مراکز، اماکن حســـاس و همچنین نظارت بر سامانه های آبرســـانی همزمان با سراسر کشور در استان یزد اجرا می‌شود.

وی هدف از اجرای طرح ســـلامت نوروزی را حفظ و ارتقای سطح سلامت جامعه و مسافران نوروزی و ایمنی آب و موادغذایی در سطح عرضه به منظور کاهش و کنترل بیماریهای مرتبط با آب و موادغذایی برشمرد.

معاون بهداشتی دانشگاه با اشـــاره به این که اجرای طرح سلامت نوروزی جزو وظایف بازرسان بهداشت محیط است، افزود: ارکان اصلی برنامه سلامت نوروزی و ماه رمضان شامل سه محور هماهنگی و مشارکت های درون بخشی و بین بخشی، آموزش و اطلاع رسانی عمومی،پایش، نظارت، بازرسی و گزارش دهی است.

میرزائی ادامه داد: در این طرح تعداد ۱۰۶ تیم بازرســـی مشـــغول فعالیت هستند که شامل ۱۶۱ نفر از همکاران بهداشت محیط درکلیه شهرستانهای تابعه استان یزد است که درگیر برگزاری هر چه بهتر برنامه هستند.

وی تصریح کرد: در این طرح، بازدید از مراکز تهیه وتوزیع مواد غذایی، اماکن عمومی، منابع ومخازن تامین آب آشامیدنی، کنترل مواد غذایی با استفاده از تجهیزات پرتابل و نمونه برداری از آب آشامیدنی و مواد غذایی انجام می شود.

معاون بهداشتی دانشگاه همچنین از اجرای مانور برنامه سلامت نوروزی در کلیه شهرستانها از تاریخ ۱۵ اسفند ماه سال جاری خبر داد و گفت: این اقدام، یکی از مهمترین برنامه های ســـلامت محیط است که با اجرای آن اهمیت بهداشت،سلامت و امنیت غذایی بیشتر به عموم مردم آموزش داده می شود.

میرزائی از مردم خواســـت در صورت مشاهده هر گونه تخلف بهداشتی با شـــماره تلفن ۱۹۰ داخلی ۲ تماس گرفته و مشکل بهداشتی خود را مطرح کنند

مدیرکل صنعت، معدن و تجارت آذربایجان شرقی:

طرح فروش فوق‌العاده «عید تا عید» برگزار می‌شود

آذربایجان شـــرقی - ماهان فلاح: مدیرکل صنعـــت، معدن و تجارت آذربایجان شرقی گفت: نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا با محوریت اتاق‌ها و اتحادیه‌هـــای صنفی، با هدف تنظیم بازار در ایام پایانی ســـال و همچنین افزایـــش قدرت خرید مردم طرح فروش فوق‌العاده «عید تا عید» در اســـتان برگزار می‌شود. محمدجعفر عظمائی افزود: با توجه به افزایش تقاضا در بازار به مناسبت فرا رسیدن عید نوروز و تقارن این ایام با ماه مبارک رمضان، این اداره کل بـــا همکاری اتحادیه ها، طرح فروش فوق‌العاده «عید تا عید» را با رعایت اصل مشـــتری‌مداری و توجه ویژه بر ارائه کیفیت مطلوب، تنوع محصولات، قیمت مناسب و همچنین تکریم مشتری و پاسخگو بودن واحدهای صنفی پس از فروش اجرا می‌کند.

وی ادامه داد: نمایشگاه عرضه مستقیم کالاهای اساسی و ارزاق عمومی به مدت ۹ روز از تاریخ ۱۷ تا ۲۵ اسفند در محل نمایشگاه بین المللی تبریز برگزار می شود. مدیرکل صنعت، معدن و تجارت آذربایجان شرقی گفت: این طرح در شهرستانها با مدیریت فرمانداران اجرا می شود.

عظمائی تاکید کرد: جلسات متعدد توجیهی در حضور روسای اتحادیه های صنفـــی مربوطه برای رعایت قانون و ارایه خدمات بهینه، برخورد جدی برای جمع آوری مواد احتراق و آتش‌زا و نصب بنر در شهر با عنوان ضرورت رعایت حقوق مصرف کننده به منظور هدفمندســـازی بازرسی از واحدهای صنفی و درج قیمت بر روی تمام کالاهای موجود در فروشگاه ها برگزار شده است.

وی با اشاره به استقرار بازرسان اتاق اصناف در هفت نقطه از شهر تبریز به منظور کنترل، پایش قیمت و کیفیت کالا و خدمات در طرح فروش فوق‌العاده «عیـــد تا عید» افزود: موضوع عدم افزایش قیمت تا پایان ماه مبارک رمضان و عید نوروز به تمام صنوف از طریق اتحادیه ها و ســـازمان‌های صنفی ابلاغ شده است.

اجرای تعمیرات اساسی نیروگاه سوم پالایشگاه ستاره خلیج فارس

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: با عـــزم و اراده جوانان کارآزموده کشور در پالایشگاه ستاره خلیج فارس تعمیرات اساسی نیروگاه سوم بزرگترین پالایشگاه میعانات گازی جهان با موفقیت اجرایی شد.

به گزارش روابط عمومی و بین الملل شـــرکت نفت ســـتاره خلیج فارس، مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس بیان کرد: واحد تولید برق پالایشگاه ستاره خلیج فارس متشکل از هفت دستگاه توربین گازی با ظرفیت طراحی ۴۲-۳۸ مگاوات و دو توربین بخار با ظرفیت طراحی هرکدام ۵۷ مگاوات است که با توجه به گذشـــت ۷ سال از راه‌اندازی و بهره‌برداری از نیروگاه‌های گازی به منظور حفظ پایداری شـــبکه برق، برنامه‌ریزی جامع و مدونی برای انجام تعمیرات اساسی انجام شد.

علیرضا جعفرپور اظهار کرد: انجام به موقع و مطابق با برنامه‌های تعمیراتی این واحد قبل از شروع پیک مصرف موجب شد تا ضریب آمادگی نیروگاه‌های گازی در ســـال جاری به ۱۰۰ درصد افزایش پیدا کند تا امنیت سبد سوخت کشور تأمین شود.

وی ادامه داد: با توجه به تنوع ساخت نیروگاه‌های موجود و همچنین عمر بالای واحدهای نیروگاهی، تمامی فعالیت‌های نصب، راه‌اندازی و تعمیرات با اتکا به دانش فنی، پشتکار و تلاش شبانه‌روزی پرسنل شرکت نفت ستاره خلیج فارس و عدم حضور خارجی‌ها عملیاتی شد.

جعفرپور افزود: تعمیرات اساسی ژنراتور، ترانسفورماتورها، بررسی سیستم تحریـــک و دیســـک‌های رتورهای نیروگاه، ســـوئیچ گیرها، باتری شـــارژر، الکتروموتورها، کالیبراســـیون تمامی تجهیـــزات و ادوات ابزار دقیق، تکمیل و راه‌اندازی سیســـتم اعـــلام و اطفای حریق، انجام لوپ چک و تســـت های عملکردی سیستم های کنترلی و برق، انجام تست های حفاظتی توربینی و انجام پشتیبان گیری از سیستم کنترلی از جمله تعمیرات مرتبط با حوزه برق و ابزار دقیق این نیروگاه به شمار می رفت.

وی اضافـــه کرد: باز نمودن درب محفظـــه احتراق و تعویض قطعات نظیر Liner، Fuel Nozzle و Cross Fire، بـــاز نمـــودن توربیـــن و تعویض بلیدهای توربین (شامل پره های ثابت، متحرک و شرودها)، باز نمودن پوسته کمپرسور و بازدید از پره های آن، بیرون کشیدن روتور و بازدید و رفع اشکال از یاتاقان های توربین، الاینمنت شـــفت توربین، ژنراتور و گیربکس اصلی و کمکی، خارج کردن روتور ژنراتور جهت بازدید و تعویض فیلتر هوای ورودی، سرویس نمودن ولوهای مسیر گاز، تعویض فیلترهای سوخت و کالیبراسیون GCV,SRV و تمامـــی PSV های موجود، بازدید از Bus Duct، تعویض ۵۵ عدد باتری و کالیبره کردن تجهیزات ابزار دقیق همچنین PM کردن فیدر الکتروموتورها نیز از جمله دیگر تعمیرات صورت گرفته در این نیروگاه است.

سر پرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان کرمانشاه خبر داد؛

ثبت ۱۹۰ میلیون تردد در محورهای مواصلاتی استان کرمانشاه

کرمانشاه- خبرنگار فرصت امروز: سرپرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان کرمانشاه گفت: طی ۱۱ ماهه سال‌جاری ۱۹۰ میلیون خودرو در محورهای مواصلاتی استان کرمانشاه تردد کرده اند.

به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای اســـتان کرمانشاه سید شـــهرام کهریزی اظهار داشت: طی ۱۱ ماهه سال‌جاری ۱۹۰ میلیون و ۷۹۵ هزار تردد خودرو در کلیه محورهای مواصلاتی اســـتان انجام شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۶ درصد افزایش یافته است.

وی گفت: تردد وســـایل نقلیه سبک در محورهای مواصلاتی طی ۱۱ ماهه ســـال جاری ۱۶۱ میلیون تردد بوده و نسبت به سال قبل ۱۶ درصد افزایش داشته است.

کهریزی درباره تردد وســـایل نقلیه سنگین در محورهای مواصلاتی استان کرمانشاه گفت: با توجه به وجود ۵ پایانه مرزی و یکی از اصلی‌ترین محورهای ترانزیتی کشور تردد وسایل نقلیه سنگین افزایش ۱۶ درصدی نسبت به سال قبل دارد به نحوی که ۲۹ میلیون و ۷۹۳ هزار تردد ثبت شده است.

وی دربـــار پر تردد ترین و کم تردد ترین محور گفت: محور کرمانشـــاه به بیســـتون با تردد ۷۵۶ هزار خودرو پر تردد ترین و محور ســـنقر و کلیایی به میان راهان با ۶۴۶ هزار خودرو کم تردد ترین محور بوده اســـت سرپرســـت اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای اســـتان کرمانشاه عنوان کرد: تردد ورودی وسایل نقلیه سبک و سنگین ۱۳ میلیون و ۸۹۷ هراز خودرو با افزایش ۳.۵ درصـــدی و تردد خروجی ۱۴ میلیون و ۲۹۳ هـــزار خودرو با افزایش ۷ درصدی است. سید شهرام کهریزی در پایان افزود: مرکز مدیریت راه ها ۱۴۱ بصورت شبانه روزی در حال پایش محور های مواصلاتی استان کرمانشاه است و کاربران جاده ای می توانند هرگونه پیشنهاد، انتقاد را با این مرکز مطرح با داشتن کد رهگیری پاسخ خود را دریافت کنند.

اجرای پروژه احداث خط لوله ۸ اینچ گاز از کلاستر شادگان تا واحد بهره برداری مارون۳

اهواز - شـــبنم قجاوند: بنا به اهمیت تکمیل اجرای پروژه احداث خط لوله ۸ اینچ گاز از کلاســـتر شادگان تا واحد بهره برداری مارون۳ که منجر به جلوگیری از سوزاندن روزانه بیش از ۱۰ میلیون فوت مکعب گاز (معادل روزانه ۲ تا ۳ میلیارد تومان) در میدان شادگان و کاهش گسترده و کنترل آلودگی زیســـت محیطی خواهد گردید، بازدیدی از روند اجرای پروژه توســـط مدیر محترم برنامه ریزی تلفیقی جناب مهندس ارشم، معاون محترم مدیر برنامه ریزی طرح ها و پروژه ها آقای آخوند دزفولی و معاون محترم مدیر طرحهای نفت و گاز آقای ترنجی زاده با همراهی مجری پروژه آقای بیگلری و سایر عوامل اجرایی پروژه انجام گردید و روند اجرای کار از نزدیک مورد بازبینی قرار گرفت.

همچنین با توجه به وجود معارضین متعدد محلی که منجر به ایجاد وقفه در بخش هایی از مسیر اجرای پروژه گردیده راهکارهای رفع معارضین توسط عوامل اجرایی پروژه و مســـئولین بازدید کننده مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. شـــایان ذکر اســـت که پروژه احداث خط لوله ۸ اینچ گاز از کلاستر شادگان به واحد بهره برداری مارون۳ با پیشرفت فیزیکی کنونی ۴۰ درصد از تاریخ ۱/۵/۱۴۰۲ و پس از برگزاری مناقصه عمومی با مدت زمان اجرای ۱۲ ماه به شرکت پیمانکار مجری قرارداد واگذار شد و انشاالله مطابق برنامه زمانبندی با تکمیل احداث این خط لوله در پایان تیرماه ۱۴۰۳ میزان گاز سوزی در میدان شادگان به صفر خواهد رسید.

حسین حق وردی منتخب حوزه انتخابیه شهریار قدس و ملارد در مجلس شورای اسلامی شد

شهریار - غلامرضا جباری : علیرضا فاتحی نژاد فرماندار شهرستان شـــهریار و رییس حوزه انتخابیه شـــهریار ، قدس و ملارد نتیجه انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه شهریار ، قدس و ملارد را به شرح زیر اعلام کرد:۱-حسین حق وردی با ۵۶ هزار و ۵۲۹ رای - ۲۶.۱۳درصد آرا ۲- محمدرضا گروســـی با ۵۴هـــزار و ۳۶۴ ۲۵.۴ درصد آرا ۳- احمد ربیع زاده با ۳۷ هزار و ۲۹ و ۱۷.۱۱ درصد آرا ۴_ حســـن اکبری با ۵هزار و۲۹۰ و ۲.۴۴

همچنین بنا بر اعلام فرماندار شهرستان شهریار تعداد رای صحیح ماخوذه در انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه شهریار، ملارد و قدس را ۲۷۰ هزار و ۵۰۳رای می باشد

دوازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی و ششمین دوره انتخابات مجلس خبرگان رهبری همزمان با یازدهم اسفندماه همزمان با سراسر کشور روز جمعه ۱۱ اسفند در حوزه انتخابیه شهریار، قدس و ملارد برگزار شد

۹۹نفر در شهرستان شهریاربرای نمایندگی مجلس شورای اسلامی نامزد شدند که در نهایت یک نفر به عنوان منتخب شهرستان های شهریار ، قدس و ملارد به مجلس راه یافت

۲۹۴ شعبه اخذ رای برای برگزاری دوازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اســـلامی و ششمین دوره مجلس خبرگان رهبری در شهرستان شهریار دایر شده بود

شـــایان ذکر است طبق ماده ۸۶ هیأتهای اجرائی مراکز حوزه‌های انتخابیه موظفند از تاریخ تشکیل هیات اجرائی تا دو روز پس از اعلام نتیجه اخذ رأی انتخابات، شکایات واصله را بپذیرند و حداکثر ظرف هفت روز از تاریخ دریافت شـــکایات در جلسه مشترک هیأتهای اجرائی و نظارت حوزه انتخابیه به آنها رسیدگی نمایند.

اخبار

پیام تبریک مدیرکل نوسازی مدارس استان کرمانشاه به مناسبت کسب رتبه اول مهندس برتر سازمان نوسازی مدارس کشور توسط معاون اجرایی نوسازی مدارس استان

کرمانشاه - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل نوسازی مدارس استان کرمانشاه طی پیامی کسب این موفقیت را به آقای مهندس محمد شهلایی معاون اجرایی و همکاران مجموعه نوسازی مدارس استان کرمانشاه تبریک گفت.

به گزارش پایگاه اطلاع رســـانی اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه؛ در مراسم آیین تجلیل از مهندسان برتر سازمان نوسازی مدارس کشور و معرفی نخستین مهندسین دریافت کننده جایزه ملی نصیر ســـازمان نوسازی مدارس کشـــور که در سالن جلسات سازمان برگزار شد. مهندس شهلایی؛ معاون اجرایی نوسازی مدارس استان کرمانشاه به عنوان رتبه اول مهندسین برتر سازمان نوسازی مدارس کشور انتخاب گردید.

متن پیام به شرح زیر است:

بسم الله الرحمن الرحیم

اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه همواره در انجام وظایف سازمانی از جمله دستگاه های فعال و پیشرو بوده که این امر نتیجه زحمات و تلاش های تمامی مهندسین جهادگر وتوانمند و همکاران این اداره کل می باشد.

جناب آقای مهندس محمد شهلایی انتخاب شما به عنوان رتبه اول "مهندسین برتر" و کسب "جایزه ملی نصیر" سازمان نوسازی مدارس کشور گواه کوشش خستگی ناپذیر و تلاش پیوسته برای احداث فضاهای آموزشی، تربیتی و ورزشی ایمن از یک سو و عمل به وظیفه و تعهد از سوی دیگر است. ضمن تشکر و قدردانی از خدمات بی شائبه شما، توفیق روزافزونتان را از درگاه خداوند متعال مسئلت می نمایم.

نظری
مدیرکل نوسازی مدارس استان کرمانشاه
۱۴ اسفند ماه ۱۴۰۲

برگزاری دوره تعمیرات شارژرهای مخابراتی در مجتمع آموزش فنون PSP

اهواز - شـــبنم قجاوند: دوره تعمیرات شارژرهای مخابراتی PSP با کد TP۳۵۰ در گروه آموزشـــهای الکترونیک و مخابرات مجتمـــع آموزش فنون اهـــواز برگزار گردیـــد. دوره مذکور، کاملاً تخصصی و در زمینه عیب‌یابی و تعمیر انواع شارژرهای تولید شده در شرکت دستگاههای تغذیه الکترونیک PSP می‌باشد. اهمیت این دوره از آنجاست که در حال حاضر بیش از یکصد دستگاه شارژر PSP در ظرفیت‌های مختلف در ایستگاه‌های مخابراتی، واحدهای بهره‌برداری و مراکز تلفن ستادی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در ســـرویس عملیاتی بوده و طبیعتا همواره تعدادی از این منابع تغذیه خراب می شوند؛ لذا نیاز به تعمیر خواهند داشت. با وجود واحدهای تعمیراتی در ادارات مخابرات شرکت‌های پنج گانه و علی‌الخصوص واحد تعمیرات مراکز سوئیچینگ و منابع تغذیه در ستاد اهواز، تعداد قابل ملاحظه‌ای از شارژرها و ماژول‌های آنها تعمیر می‌گردند اما به دلایلی نظیر دانش فنی اختصاصی، نقشه‌های پیچیده مداری بردها و تجهیزات و قطعات ویژه دستگاه‌ها، تعدادی از ماژول‌ها جهت تعمیر به خارج از سازمان ارسال می‌شود که باعث صرف زمان و هزینه قابل توجه می‌گردد.

از این رو، دوره تعمیرات شارژرهای مخابراتی PSP با استفاده از تجهیزات آزمایشگاه مخابرات مجتمع آموزش فنون اهواز و توسط طراحان مدارات الکترونیکی و سازندگان این نوع از شارژرها تدریس گردید و آنها با ارائه نقشه‌های مداری و روش‌های اصولی و استاندارد، تعمیر شارژرهای PSP را در طول ۵ روز بصورت تئوری و عملی به همکاران ذیربط آموزش داده و لذا از نظر مدت زمان، محتوی، نیاز سازمانی و اثربخشی می‌توان اذعان کرد که این دوره یکی از مؤثرترین دوره‌هایی است که تا کنون در سطح شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب، برگزار گردیده است.

پیام مهندس ستوده مدیرعامل شرکت آب منطقه ای قزوین به مناسبت فرارسیدن ۱۳ اسفند روز ملی آب

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: آب مایه حیات و برکت، نعمت الهی و نشانه قدرت خداوند متعال است. از دیدگاه قرآن کریم، توجه و عنایت ویژه ای به آب شـــده اســـت چراکه آب یکی از مهمترین عناصر حیات روی زمین است که برای توسعه پایدار، تولید انرژی، غذا و بقا اکوسیستم‌ها اهمیت زیادی دارد. بخش کشاورزی، بزرگترین مصرف کننده آب در کشور است و نقش کلیدی در امنیت غذایی و اشتغال دارد. لذا استفاده از سیستم های آبیاری مدرن با هدف مدیریت منابع آب، لازمه حفظ حیات زمین است. شعار تعیین شده در سال جاری برای روز ملی آب "آب برای صلح" است، که به ما یادآوری می کند؛ آب می‌تواند عاملی برای ایجاد و تقویت همکاری، اعتماد و امنیت بین کشـــورها و مردمان باشد. آب یک منبع مشترک و حیاتی است که نیاز به مدیریت مشارکتی دارد. اگر کشورها و مردمان بتوانند از آن به نحو احسن و کارا بهره ببرند، می‌توانند روابط خود را بهبود بخشیده و از تنش‌ها و تعارض‌های ناشی از کمبود یا آلودگی آب جلوگیری کنند. آب برای صلح یک پیام است که به ما یادآوری می‌کند که آب نه تنها یک مساله حیاتی و انسانی است، بلکه یک فرصت برای پیشرفت، امید، صلح و دوستی است. اینجانب ضمن گرامی داشت ۱۳ اسفند ماه روز ملی آب، از همه هم استانی های عزیز که با هوشیاری و مسئولیت‌پذیری در مصرف آب و حفاظت از منابع آبی استان مشارکت دارند، تقدیر و تشکر می‌کنم. فراموش نکنیم که آب یک نعمت بی‌بدیل و گران‌بهاء اســـت که باید برای آن ارزش قائل شـــویم و از آن به نحو احسن استفاده کنیم و در مدیریت و حفاظت از آن کوشا باشیم. مجموعه شرکت آب منطقه ای قزوین نیز در همین راستا در تلاش است تا با اجرای طرح‌های بهینه‌سازی و مدیریت منابع آب، از هدر رفت آب جلوگیری کرده و با آگاهی‌بخشی و آموزش به مردم، فرهنگ مصرف پایدار آب را در جامعه ترویج نماید. همچنین بدنبال آن هستیم تا با همدلی و همکاری همه عوامل مرتبط، بتوانیم با حفظ و حراست از منابع آبی استان نقش موثری در توسعه پایدار و اشتغالزایی در منطقه داشته باشیم و در نهایت با همت و همراهی شما عزیزان، بتوانیم قدر و منزلت میراث ارزشمند آب را دانسته و آن را به نسل‌های آینده منتقل کنیم . در پایان، از خداوند متعال آرزوی سعادت و بهروزی برای شما و خانواده‌های محترمتان را خواستارم.

۱۹۰۰ طرح و پروژه در ۴۵۰ روستای استان گلستان اجرایی شده است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: در ۲ سال گذشته، ۱۹۰۰ طرح و پروژه در ۴۵۰ روستای استان گلستان با ۴۹۲ میلیارد تومان اعتبار اجرایی شده است. مدیرکل بنیاد مسکن استان با بیان اینکه ۱۹۰۰ طرح و پروژه عمرانی در ۲ سال گذشته در سطح ۴۵۰ روستای استان گلستان اجرایی شده است ابراز داشت؛ برای اجرای این پروژه ها از محل اعتبارات ملی، استانی، قیر و سفر ریاست محترم جمهور جمهور ۴۹۲ میلیارد تومان اعتبار تامین و هزینه شده است. مهندس حسینی ابراز داشت؛ در ۲ سال گذشته طرح هادی ۲۰۶ روستای استان بازنگری شده با در حال بازنگری است. در ۲ سال گذشته جهت اجرای طرح هادی در روستاها، از محل اعتبارات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی و مشارکت دهیاری‌ها، یک میلیون و ۴۰۰ هزار متر مربع از معابر خاکی ۴۵۰ روســـتای استان با اعتبار ۶۹۲ میلیارد تومان زیرسازی و آسفالت شده است و از محل اعتبارات ۱۴۰۲ هم ۲۵۰ میلیارد تومان برای این خدمت در نظر گرفته شده است. شاخص برخورداری استان گلستان در اجرای طرح هادی ۸۱ درصد است در صورتی که شاخص کشوری آن ۵۴ درصد و استان گلستان ۲۷ درصد بیشتر از میانگین کشوری است. در ۲ سال گذشته طرح هادی ۲۰۶ روستای استان بازنگری شده است.

مدیر شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان گلستان:

کشاورز تنها ۳۰ درصد بهای کود های یارانه ای را پرداخت می کند

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: ســـید صمد ضیائی مدیرشرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان کلستان با اشاره به آخرین برنامه‌های صورت گرفته در حوزه تامین کود های ازته (اوره)گفت: بنابر برنامه ما با شرکت‌های پتروشیمی به میزان ۱۲۴۳۵۱ تن در یازده ماهه ســـال جاری ۸۶ درصدبه میزان ۱۰۷۵۲۴تن را تحویل گرفتیم و ۹۲درصد آن(۱۰۳۱۳۰ تن) به شبکه توزیع تزریق و توسط کارگزاران در معرض فروش قرار گرفت. به گفته ضیائی در ابتدای انقلاب ۲ کارخانه تولید کود پتروشیمی شیراز و پتروشیمی رازی داشتیم و تمامی واحدهای تولید کود کشور بعداز انقلاب راه افتادند به طوریکه ۷ تا واحد پتروشـــیمی تولیدکننده کود اوره افتتاح و به بهره برداری رســـید.ضیائی با بیان اینکه کشاورزان ۳۰ درصد قیمت تمام شده کودهای یارانه‌ای پرداخت می‌کنند، افزود: ۷۰ درصد کودهای یارانه‌ای در قالب یارانه و حمایت دولت پرداخت می‌شود و کشاورز تنها ۳۰ درصد بهای آن را می‌پردازد. به عنوان مثال قیمت هرکیسه ۵۰ کیلویی کود ازته ۷۰۰ تا ۸۰۰ هزارتومان تمام می‌شود، درحالیکه تحویل کشاورز ، ۱۵۰هزارتومان است.او گفت: تمامی کشاورزانی که اطلاعات آن‌ها در سامانه پهنه ثبت شده باشد و الگوی کشت را رعایت کنند، کود یارانه‌ای در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد و در نوع محصول زراعی و باغی محدودیتی نداریم.

تاکید بر تقویت امورات فرهنگی ، درنشست هم اندیشی ائمه جماعات شرکت های تابعه صنعت نفت منطقه گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: حسب برنامه ریزی و هماهنگی های صورت پذیرفته ، و با توجه به فرارسیدن ماه مبارک رمضان و تقویت امورات فرهنگی ،جلسه ای با حضورعلی طالبی مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان وائمه جماعات و دبیران شورای فرهنگی و اقامه نماز شرکت های تابعه صنعت نفت منطقه گلستان به میزبانی شرکت گاز استان گلستان برگزار شد.به گزارش روابط عمومی شرکت گازاستان گلستان ، دراین جلسه که با هدف هم اندیشی وانجام ویژه برنامه های فرهنگی و معنوی ماه مبارک رمضان ، استفاده از ظرفیت های امامان جماعت صنعت نفت به منظور بهبود ، تقویت و ترویج مباحث دینی و احکام شرعی بویژه اقامه نمازاول وقت وهمچنین موضوعات مرتبط با خانواده تشکیل شد ، پیرامون موضوعات مطرح شده بحث و تبادل نظر گردید.در این جلسه همچنین هر یک از اعضای حاضر ، مسائل و پیشنهادات مورد نظر خود را اعلان نمودند که مقرر شد مورد پیگیری قرار بگیرد.

آزادی زندانیان یزدی به شکرانه بارش برف

یزد - سید محمد جواد عرفان‌فر ؛ نیکوکار یزدی به شکرانه بارش پر خیر و برکت برف در اســـتان، مبلغ ۲۰۰ میلیون تومان را جهت آزادی چند زندانی جرائم غیر عمد اهدا نمود. نیکوکار یزدی با حضور در دفتر ســـتاد دیه استان و بررسی پرونده های مشمول کمک این ستاد مردمی مبلغ ۲۰۰ میلیون تومان را جهت آزادی ۳ زندانی جرائم غیر عمد اهدا نمود . این نیکوکار که تمایلی به فاش شـــدن نام و تصویرش نداشت هدف خود از این اقدام را خشنودی آقا امام زمان(عج) بیان نموده و در این خصوص گفت: این مبلغ را به شکرانه بارش نعمت الهی و سفید پوش شدن شهر زیبایمان یزد جهت مشارکت در آزادی ۳ زندانی جرائم غیر عمد اهدا نمودم و امیدوارم که با این اقدام در شاد نمودن دل چند خانواده نقش کوچکی داشته باشم.

ارتقاء سایت موبایل روستای زرتوجی شهرستان میناب به اینترنت نسل چهارم

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: روستای زرتوجی شهرستان میناب به فناوری 4G مجهز شد. به گزارش روابط عمومی وارتباطات مخابرات منطقه هرمزگان، به منظور ارائه اینترنت پرســـرعت و ایجاد پوشـــش تلفن همراه در مناطق محروم روستایی، وبا تلاش و همت کارشناسان حوزه ارتباطات سیار مخابرات منطقه ، سایت تلفن همراه اول در روستای زرتوجی شهرستان میناب به فناوری 4Gارتقاء یافت .

ارتقاء سایت موبایل روستایی گارستانه شهرستان بندرلنگه به تکنولوژی اینترنت نسل چهارم

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: سایت موبایل روستای گارستانه شهرستان بندرلنگه به تکنولوژی نسل چهارم ارتقاء یافت به گزارش روابط عمومی وارتباطات مخابرات منطقه هرمزگان، در راســـتای ادامه روند توســـعه ارتباطات مخابراتی در نقاط مختلف روستایی استان و با هدف بهینه سازی و توسعه شبکه موبایل، طی یک ماه گذشته عملیات ارتقاء اینترنت پرسرعت همراه اول در روستای گارستانه از توابع شهرستان بندرلنگه استان هرمزگان اجرا یی شد.

تازه‌ترین چالش‌های حوزه خدمات مشتری

نویسنده: علی آل‌علی

کسب و کارهای بزرگی مثل آدیداس یا کوکاکولا فقط به لطف کیفیت نیروی کارشان در بازار موقعیت ممتازی ندارند. روی دیگر سکه شانس چنین برندهایی مربوط به مشتریانی است که همیشه پای کار بوده و از آنها خرید می‌کنند. البته مشتریان عاشق چشم و ابروی برندها نیستند. در عوض این محصولات باکیفیت و خدمات مناسب است که یک مشتری را سال‌های سال کنار برخی برندها نگه می‌دارد.

احتمالا شما هم کسب و کارهایی را دیده‌اید که یک روزه وارد بازار شده و بعد از چند ماه دیگر اثری از آنها باقی نمی‌ماند. انگار که از اول هم چنین برندی در دنیا وجود نداشته است. راستش را بخواهید، این اتفاق ناشی از ناتوانی کسب و کارها در حفظ کیفیت خدمات مشتری و همچنین مواجهه با چالش‌های این حوزه است.

وقتی هیأت مدیره یک تیم بسکتبال در ابتدای فصل برنامه تمرینی یا حتی خریدهای باشگاه را کنار هم قرار می‌دهند، هیچ وقت پیش خودشان مسیر قهرمانی را بی‌دردسر نمی‌دانند. خب همیشه چالش‌هایی در مسیر دستیابی به اهداف یک تیم ورزشی هست که دیر یا زود مشکل‌آفرین خواهد شد. این ماجرا در دنیای کسب و کار نیز دقیقا مصداق دارد. خب این روزها کم نیستند برندهایی که با کلی چالش در مسیر خدمات مشتری رو به رو می‌شوند. بی‌شک هر کارآفرینی دوست دارد بهترین خدمات ممکن را به مشتریانش بدهد. چراکه با این کار فروش بالا و محبوبیت برندش را تضمین خواهد کرد. با این حال مدیریت چالش‌ها در این مسیر اصلا کار راحتی نیست. به طوری که خیلی وقت‌ها آدم غافلگیر شده و شکست می‌خورد.

ما در این مقاله قصد داریم سراغ بررسی برخی از چالش‌های اساسی در زمینه خدمات مشتری بروید. این امر به شما کمک می‌کند تا درک بهتری از اوضاع در این زمینه داشته باشید. به علاوه، ما سراغ برخی از مهمترین نکات برای حل این چالش‌ها هم خواهیم رفت بنابراین شما در پایان این مقاله با کلی ایده دست اول برای ارائه خدمات به مشتریان و حل چالش‌های این حوزه رو به رو خواهید شد. پس با ما همراه باشید تا برخی از مهمترین نکات در این زمینه را بررسی کنیم.

چالش اول: شناسایی مشکل مشتریان

کارآفرینان دنیای خاص خودشان را دارند و معمولا تا مجبور نشوند از آن خارج نخواهند شد. سر و کار داشتن با نیروی کار و همچنین کلی رقیب رنگارنگ به طور طبیعی آنها را از بقیه متمایز می‌کند. شاید این سناریو جذابیت زیادی داشته باشد، اما بعد از مدت زمانی کوتاه اختلاف میان نوع نگاه کارآفرینان و مشتریان حسابی ذوق آدم را کور می‌کند.

اگر یادتان باشد، ما در ابتدای مقاله گفتیم که یک روی موفقیت برندها مربوط به مشتریانی است که همیشه کنارشان هستند. خب وقتی شما حرف مشتریان‌تان را متوجه نشوید، آیا مسیری برای موفقیت باقی خواهد ماند؟ این سوالی است که بسیاری از کارآفرینان حتی به آن فکر هم نمی‌کنند.

ماموریت شما در این بخش کاملا روشن است. شما اول از همه باید کمی خودتان را به دنیای مشتریان نزدیک کنید. قبول دارم این کار از طریق استفاده از انواع داده‌های آماری امکان‌پذیر است، اما نباید اهمیت قرار دادن خودتان به جای مشتریان را فراموش کنید.

تکنیک پیشنهادی ما در این مقاله قرار دادن خودتان به عنوان مشتریان برند است. اینطوری تجربه بی‌واسطه‌ای از تعامل مشتریان با برندتان خواهید داشت. به طوری که پس از مدت زمانی کوتاه دیگر هیچ‌کس نمی‌تواند مانع تعامل شما با مخاطب هدف به شیوه‌ای استاندارد شود. ماجرا جالب شد، نه؟

وقتی شما خودتان را جای مشتریان قرار می‌دهید، تمام ایرادات کارتان را از زاویه دید بهتری مورد بررسی قرار خواهید داد. خب کارآفرینان به طور معمول نقطه کورهایی در ارزیابی اوضاع شرکت دارند که مربوط به نوع نگاه‌شان است. با این حساب وقتی نوع نگاه‌تان را عوض می‌کنید، دیگر جایی برای نگرانی نخواهد بود.

چالش دوم: بی‌ثباتی خدمات

خدماتی که کسب و کار در طول زمان به مشتریان ارائه می‌دهند، همیشه مستعد تغییرات بزرگ است. خیلی وقت‌ها کارآفرینان بدون اینکه روحشان هم خبر داشته باشد، کیفیت خدمات‌شان عوض می‌شود. قبول دارم مشکلات مالی یا حتی جا ماندن از فناوری‌های تازه در این میان نقش مهمی ایفا می‌کند، اما بدون ثبات تمام تلاش‌های شما در بازار بی‌نتیجه خواهد بود. این نکته‌ای است که بسیاری از کارآفرینان باید با دقت فراوان مورد بررسی قرار دهند؛ چراکه نتیجه نهایی تلاش‌های‌شان از این گذرگاه عبور می‌کند.

اولین نکته‌ای که درباره ثبات خدمات به چشم می‌خورد، تلاش برای تقسیم بندی بودجه به طور درست است. خب اگر شما همان اول کار تمام بودجه بخش خدمات مشتری را خرج کنید، در ادامه راه یکهو کیفیت کارتان افت محسوسی پیدا خواهد کرد. از آنجایی که مشتریان میانه خوبی با این اتفاق ندارند، اصلا بعید نیست این ماجرا را به فال بد گرفته و کلا دور شما را خط بکشند.

بعد از اینکه بودجه‌تان را به طور درست برای بازه زمانی طولانی تقسیم‌بندی کردید، نوبت به همکاری با نیروی انسانی ماهر می‌رسد. خب شما که نمی‌توانید با چند تا کارشناس صفر کیلومتر بهترین خدمات ممکن را تحویل مخاطب‌تان دهید بنابراین باید خودتان را برای جذب کارشناس‌های حرفه‌ای در این زمینه آماده سازید.

چالش سوم: مدیریت مشتریان عصبانی

ارائه خدمات به مشتریان همیشه یک فرآیند خوش و خرم نیست. گاهی اوقات مشتریان آنقدر از دست شما عصبانی هستند که به هیچ حرفی گوش نمی‌دهند. اگر این سناریو پشت تلفن رخ دهد، کار شما برای مدیریت مشتریان بی‌نهایت سخت خواهد بود. متاسفانه برخی از کارآفرینان در این شرایط خودشان هم از کوره در می‌روند. آن وقت تعامل میان آنها و مشتریان تبدیل به رینگ بوکس خواهد شد.

اولین نکته در رابطه با مدیریت مشتریان عصبانی این است که همیشه حق با آنهاست. خب اعتبار و موفقیت برند شما به آنها بستگی دارد و نمی‌توانید به این سادگی آن را مورد بی‌توجهی قرار دهید. پس باید همیشه طوری رفتار کنید که آنها خود را دارای ارزش و اهمیت در می‌کند، نوع واکنش کارآفرینان است. خب شما نمی‌توانید هر واکنشی که دل‌تان می‌خواهد داشته باشید و بعد هم طوری رفتار کنید که انگار آب از آب تکان نخورده است.

هنر مواجهه با بحران یکی از آن مواردی است که عیار کارآفرینان را به خوبی روشن می‌کند. اولین نکته هم در این میان رعایت خونسردی است. خب تا وقتی شما بر اعصاب‌تان مسلط نباشید، بعید است شانسی برای شناخت بحران و تصمیم‌گیری درست در قبال آن داشته باشید.

یک میانبر کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از تجربیات دیگران در حوزه مدیریت بحران است. خب شما نه اولین کسی هستید که در حوزه خدمات مشتری به مشکل خورده، نه آخرین نفر. به همین دلیل می‌توانید روی تجربیات دیگران در این حوزه حساب ویژه‌ای باز کنید. البته باید سراغ تجربه برندهای بزرگ در این رابطه بروید. وگرنه چیز زیادی دستگیرتان نخواهد شد.

چالش پنجم: رسیدگی به مشتریان پرتعداد

گاهی اوقات بخش خدمات مشتری با ازدحام زیادی رو به رو می‌شود. در چنین شرایطی شما باید آمادگی خود جهت تعامل درست و حسابی با مخاطب‌تان را حفظ کنید. قبول دارم فعالیت زیر فشار فراوان برای هیچ کارآفرینی مطلوب نیست، اما شما نباید ترسی از این وضعیت داشته باشید. برعکس، باید از تمام توانایی‌تان برای کنار آمدن با این اوضاع بهره ببرید.

بی‌شک گاهی اوقات اوضاع مطابق انتظار شما پیش نمی‌رود. مثلا مواجهه با مشتریان پرتعداد حالتی است که هر کسی را به ترس می‌اندازد. یادتان باشد، این اوضاع همیشگی نیست. خب در بلندمدت کسب و کارها معمولا ساختار برندتان ببینند. این امر به آنها کمک می‌کند تا از میزان عصبانیت‌شان کم شود. به علاوه، شما باید راه چاره‌ای پیش روی مشتریان قرار دهید. این امر به آنها برای رسیدن به راه حلی اساسی و مناسب کمک ویژه‌ای می‌کند. پس اگر فکر می‌کنید بدون راه حل توانایی مدیریت مشتریان عصبانی را دارید، سخت در اشتباهید. در عوض باید دنبال راه‌حل‌هایی باشید که در لحظه کمی احساس آرامش و امنیت خاطر به مخاطب تان دهد.

اگر حوصله گوش دادن به حرف‌ها یا حتی اعتراض‌های بی‌پایان مشتریان را ندارید، ورودتان به حوزه خدمات مشتری کار اشتباهی خواهد بود؛ چراکه مشتریان اصلا حوصله توجیه‌های الکی شما را ندارند. در عوض شما باید گوش‌های شنوایی برای آنها داشته باشید و بعد هم قول بررسی موضوع را دهید. البته اگر در این میان زیر حرف‌تان بزنید، خیلی زود کارتان به جاهای باریک می‌کشد. پس سعی کنید هیچ وقت قول‌تان به مشتریان را فراموش نکنید. این طوری شانسی هرچند اندک برای تعامل با آنها برای‌تان باقی خواهد ماند.

چالش چهارم: مواجهه با بحران‌ها

بحران‌ها پدیده‌های طبیعی در دنیای کسب و کار هستند. حتی برندهایی مثل سامسونگ یا فولکس واگن هم در برخی زمان‌ها با بحران‌های بزرگی رو به رو شده‌اند. آنچه در این میان اوضاع را خیلی زود از کنترل خارج می‌کند هیچ وقت قول‌تان به مشتریان را فراموش نکنید. این طوری شانسی هرچند اندک برای تعامل با آنها برای‌تان باقی خواهد ماند.

سراغ استخدام نیروی کار بیشتر رفته و فشار کاری را کاهش می‌دهند؛ چراکه بعد از مدتی کوتاه دیگر حتی یک نفر هم به فعالیت با فشار کاری بالا تمایل نشان نخواهد داد. آن وقت است که کار شما حسابی گره خواهد خورد. ماجرا جالب شد، نه؟

توصیه ما در این بخش تلاش برای استفاده از سرویس اتوماسیون به منظور ساده‌سازی کارهاست. خب این سرویس به شما کمک خواهد کرد تا با دردسر کمتری اوضاع را سر و سامان دهید. یادتان باشد، اتوماسیون وقتی با هوش مصنوعی ترکیب شود، کار شما را حسابی ساده خواهد کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خود تغییر دهید.

چالش ششم: ناتوانی در ارائه تخفیف

مشتریان در سراسر دنیا عاشق تخفیف‌های جذاب هستند. به طوری که خیلی وقت‌ها فقط به خاطر تخفیف‌های هیجان‌انگیز دست به جیب شده و شروع به خرید می‌کنند. خب همه مردم که در طول روز عاشق خرید نیستند بنابراین بازاریاب‌ها باید برنامه ویژه‌ای برای طراحی چنین تخفیف‌هایی داشته باشند.

بی‌شک طراحی جشنواره‌های تخفیف کار سختی نیست. البته اگر قرار باشد سالی یک بار از این گزینه استفاده کنید. وگرنه طراحی مداوم تخفیف حسابی کار دست‌تان خواهد داد؛ چراکه کسب و کارها نمی‌توانند دائما در شرایط تخفیف باقی بمانند. این امر به مرور زمان باعث می‌شود شما منابع مالی‌تان تمام شده و مشتریان هم دیگر بدون تخفیف انگیزه‌ای برای خرید از شما نداشته باشند.

ماجرا در این بخش کمی پیچیده است. خب از یک طرف مشتریان همیشه از تخفیف‌های جذاب استقبال می‌کنند. نکته کلیدی که در این میان وجود دارد، مسئله مربوط به مدیریت مالی کسب و کارهاست. خب شما نمی‌توانید دائما محصولات‌تان را پایین‌تر از قیمت واقعی به فروش رسانده و انتظار موفقیت‌های طولانی هم در بازار داشته باشید. این مسئله‌ای است که بازاریاب‌ها و حتی کارآفرینان به خوبی حلش نکرده‌اند.

اگر نظر ما را بخواهید، شما نباید به غیر از مناسبت‌های مهم دیگر سراغ تخفیف‌های دائمی بروید. در عوض می‌توانید از استراتژی قیمت‌های شناور استفاده کنید. در این استراتژی به جای اینکه تخفیف‌های سنگین به طور دائم در دسترس مشتریان قرار گیرد، بر روی یک روند دیگر سرمایه‌گذاری می‌شود. این همان روندی است که در خرده‌فروشی‌هایی مثل آمازون به چشم می‌خورد. در واقع تخفیف‌های جزئی به مشتریان کمک می‌کند تا تمایل بیشتری برای خرید داشته باشند. اینطوری هم شما حاشیه سود منطقی‌تان را حفظ می‌کنید، هم وضعیت فروش‌تان بهتر خواهد شد.

قیمت‌های شناور به طور ویژه‌ای برای کسب و کارهای نوپا که توان مالی زیادی ندارند، مناسب خواهد بود. این امر به شما کمک می‌کند تا در کنار مدیریت مالی مناسب، خدمات ایده آلی هم به مشتریان ارائه دهید. اینطوری با سادگی هرچه تمام‌تر از پس یکی از چالش‌های کلیدی در زمینه خدمات مشتری برمی‌آیید.

یادتان باشد، شما نمی‌توانید همیشه با تخفیف‌های زیاد خودتان را در دل مشتریان جا کنید. این امر در بلندمدت وفاداری مشتریان را مشروط به توانایی تان برای ارائه تخفیف می‌کند. برندهای بزرگ نه به خاطر تخفیف، بلکه هویت‌شان در میان مشتریان محبوبیت دارند. این ماموریتی که شما باید هرچه بهتر انجامش دهید، وگرنه جای پای‌تان در بازار هیچ وقت محکم نخواهد شد.

چالش هفتم: پیگیری مداوم وضعیت مشتریان

وضعیت مشتریان باید همیشه از سوی کارآفرینان دنبال شود؛ چراکه همیشه احتمال تغییر شرایط بازار یا حتی تغییر رفتار مشتریان وجود دارد. آن وقت شما می‌مانید و مشتریانی که دیگر هیچ شناخت درستی از آنها ندارید. این اتفاق خیلی وقت‌ها برای کارآفرینان با سختی بسیار زیادی روی می‌دهد. درست به همین دلیل اگر از قبل آمادگی‌اش را داشته باشید، اوضاع‌تان به هم خواهد ریخت.

یادتان باشد، مشتریان چیزی به شما بدهکار نیستند. درست به همین خاطر اگر نتوانید دائما انتظارات‌شان را برآورده کنید، خیلی راحت سراغ گزینه‌های دیگر خواهند رفت. آن وقت شما می‌مانید و مشتریانی که دیگر حتی به شما فکر هم نمی‌کنند. پیگیری وضعیت مشتریان به طور مداوم ایده‌ای نیست که شما براساس نیاز مقطعی برندتان دنبال کنید. نکته‌ای که در این میان اهمیت دارد، توجه شما به افق بلندمدت کسب و کارتان است. خب شما تا وقتی دائما حواس‌تان به مشتریان نباشد، هیچ وقت نمی‌توانید تغییر رفتارشان را پیش‌بینی کرده و برای آن اقدام درستی صورت دهید. این در حالی است که امروزه بسیاری از بازاریاب‌ها و کارآفرینان اصلا به این مسئله توجهی ندارند. به همین خاطر همیشه از جریان تغییرات بازار جا می‌مانند. اگر شما دوست دارید همیشه اولین برندی باشید که از رفتار تازه مشتریان خبردار می‌شود، نباید همینطور دست روی دست بگذارید. قبول دارم ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس کلی اطلاعات دست اول تحویل آدم می‌دهد، اما شما نباید به این وضعیت اکتفا کنید؛ چراکه خیلی وقت‌ها با پیگیری دقیق خودتان اطلاعات دست اول و تازه‌تری پیدا خواهید کرد. اینطوری شانس‌تان برای تعامل بهینه با مخاطب هدف دوچندان خواهد شد. ماجرا تازه به بخش جالبش رسید، نه؟

شما برای پیگیری مداوم وضعیت مشتریان می‌توانید خیلی راحت روی اتوماسیون و هوش مصنوعی نیز حساب باز کنید. خب همیشه که لازم نیست کلی از وقت‌تان را پای رسیدگی به وضعیت مشتریان از دست دهید. در عوض فناوری‌های نوین اینجا هستند تا به شما در تحقق اهداف‌تان کمک اساسی نمایند. اینطوری کارتان بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد.

مشکل خیلی از کارآفرینان تلاش برای پیگیری کارها به شیوه سنتی است. این طوری دست و بال‌شان نه تنها بسته خواهد شد، بلکه در بلندمدت هزینه بیشتری هم برای کارشان پرداخت خواهند کرد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز همیشه توصیه اساسی‌مان به کسب و کارها استفاده از فناوری‌های تازه برای ساده‌سازی فرآیند کسب و کارشان است. خب اگر شما حواس‌تان به این نکات نباشد، خیلی زود از جریان فعالیت کاری کنار خواهید ماند. آن وقت است که دیگر هیچ فرمولی برای‌تان راهگشا نخواهد بود.

چالش هشتم: درک تنوع فرهنگی

این روزها پدیده مهاجرت شدیدتر از هر زمان دیگری در جریان است. مردم نه تنها از شهری به شهر دیگر، بلکه از کشوری به کشور دیگر نیز مهاجرت می‌کنند. این امر باعث شده جوامع دستخوش تغییرات بسیار شدید شوند. مثلا فرانسه را در نظر بگیرید؛ در این کشور مهاجران آفریقایی و عرب‌ها گروه جمعیتی مهمی محسوب می‌شوند. به همین خاطر کسب و کارهایی که در این کشور فعالیت دارند، باید توجه ویژه‌ای به تنوع فرهنگی داشته باشند. خب شما که نمی‌توانید فقط روی یک گروه خاص تمرکز کرده و بقیه را به دست فراموشی بسپارید!

ماموریت شما در این بخش تلاش برای شناخت درست ذهنیت گروه‌های مختلف مخاطب‌تان است. اینطوری فرصت ارائه خدمات شخصی‌سازی‌شده برای تک تک آنها را خواهید داشت. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید وقتی هیچ اطلاعی درباره مخاطب ندارید، کار برای اثرگذاری بر روی آنها بی‌نهایت سخت خواهد شد. این در حالی است که وقتی گروه‌های مختلف را با جزییات دقیق بشناسید، دیگر خبری از غافلگیری‌تان در ارتباط با آنها نخواهد بود. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

یادتان نرود، شما نمی‌توانید همیشه پشت تجربه‌های قدیمی‌تان در زمینه خدمات مشتری پنهان شوید. اگر دوست دارید اوضاع را کمی هم که شده تغییر دهید، باید سراغ درک تازه از اوضاع بروید. اینطوری دیگر برندتان در گذر زمان به یک فسیل تاریخی تبدیل نمی‌شود. تمام کاری هم که باید انجام دهید، تلاش برای آشنایی بیشتر با گروه‌های مختلف مشتریان است. اینطوری شانسی هرچند اندک برای تعامل بهتر با آنها خواهید داشت. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا مثل یک جامعه‌شناس حرفه‌ای دست به کار شده و اوضاع را به سود خود تغییر دهید. اینطوری فرصتی هرچند اندک برای تعامل بهتر با مخاطب‌تان پیدا خواهید کرد.

سخن پایانی

حوزه خدمات مشتری تنوع بسیار زیادی دارد و وظیفه شما در این میان تامین خواسته‌ها و جلب رضایت مشتریان است. شاید این امر در اولین نگاه ساده به نظر برسد، اما شما اگر حواس‌تان نباشد، خیلی زود بند را آب خواهید داد. پس بهترین شیوه استفاده از برخی راهکارهای کلیدی برای غلبه بر چالش‌های این حوزه است.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین چالش‌ها در زمینه خدمات مشتری را به اتفاق شما زیر ذره بین ببریم. حالا شما نه تنها با چالش‌های اساسی این حوزه، بلکه راهکارهای اساسی برای غلبه بر آنها نیز آشنایی دارید. از اینجا به بعد همه چیز به سعی و تلاش خودتان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف بستگی خواهد داشت. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به شما کمکی هرچند کوچک برای آشنایی با چالش‌ها و راهکارهای حوزه خدمات مشتری کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی در رابطه با نکات مورد بحث در مقاله دارید، کارشناس‌های ما همیشه آماده تعامل با شما هستند.

منابع:
https://sendpulse.com/blog/customer-service-challenges
-۱۲/https://www.servicetarget.com/blog
top-customer-service-challenges-and-ways-to-overcome-them

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۱۵ اسفند ۱۴۰۲ | شماره ۲۴۳۱ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: ریحان
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR